ACADEMIA ROMÂNĂ
INSTITUTUL DE SOCIOLOGIE

REVISTA ROMÂNĂ DE SOCIOLOGIE

Serie nouă • Anul XV
2004 • Nr. 5–6

COMUNICARE MEDIATICĂ ŞI SPAŢIU PUBLIC EUROPEAN

DIN SUMAR

CAMELIA BECIU, Spaţiul public european: emergenţa unei problematici
GRAHAM MURDOCK (Marea Britanie), Excludere de la comunicare? Faţă în faţă cu diviziunea digitală

SIMONA ŞTEFĂNESCU, ANCA VELICU, Discurs cotidian *versus* discurs ceremonial. Mediatizarea vizitei lui George W. Bush în România
NICOLAE PERPELEA, Discursul televizual. *Talk-show*-ul ca dispozitiv de deliberare moral-politică
VALENTINA MARINEŞCU, Reprezentări ale integrării europene în câmpul jurnalistic
PANAGIOTIS CHRISTIAS (Franţa), Ştiinţă şi sens comun

COMENTARII; ISTORIE SOCIALĂ; VIAŢA ŞTIINŢIFICĂ; RECENZII ŞI NOTE DE LECTURĂ; INDEX ALFABETIC

EDITURA ACADEMIEI ROMÂNE

COLEGIUL DE REDACȚIE:

Dr. Ilie BĂDESCU, directorul Institutului de Sociologie; dr. Sorin M. RĂDULESCU, redactor-şef; dr. Maria COBIANU-BĂCANU, redactor-şef adjunct; dr. Maria LARIONESCU, redactor-şef adjunct; dr. Iancu FILIPESCU, secretar general de redacție; dr. Dan BANCIU; dr. Ştefan BUZĂRNESCU; dr. Mihail CERNEA, membru corespondent al Academiei Române; dr. Emilian DOBRESCU; dr. Ioan DRĂGAN; Ion GLODEANU, secretar ştiințific al Institutului de Sociologie; dr. Oscar HOFFMAN; dr. Petru ILUȚ; dr. Michel MAFFESOLI, Universitatea Paris V; Ioana PETRE; dr. Paul H. STAHL, membru de onoare al Academiei Române, director de studii la École de Hautes Études en Sciences Sociales (Paris); dr. Ivan TCHALAKOV, Președinte al Asociației Sociologilor din Bulgaria; dr. Ion VLĂDUȚ.

Număr coordonat de colectivul de cercetare „Sociologia spațiului public şi a comunicării" al Institutului de Sociologie al Academiei Române

Redactor: Simona-Grazia DIMA
Microprocesare şi tehnoredactare text: Cristiana TUTUNEA

REDACȚIA: INSTITUTUL DE SOCIOLOGIE

Calea 13 Septembrie, nr. 13, sector 5,
050711Bucureşti, România
Tel.: 4021–318 81 27; 4021–318 81 06/2417,
Fax: 4021–318 24 48
E-mail: revista@insoc.ro

Redactor: Ana BOROŞ
Tehnoredactare computerizată: Iolanda POVARĂ
Coperta: Răzvan Dan CURELEȚ

© 2005, EDITURA ACADEMIEI ROMÂNE

Calea 13 Septembrie, nr. 13, sector 5
050711, Bucureşti, România
Tel.: 4021–318 81 46, 4021–318 81 06
Fax: 4021–410 39 83
E-mail: edacad@ear.ro
Adresa web: www.ear.ro

REVISTA ROMÂNĂ DE SOCIOLOGIE

Anul XV, nr. 5–6 • 2004

S U M A R

COMUNICARE MEDIATICĂ ŞI SPAŢIU PUBLIC EUROPEAN

CAMELIA BECIU, Spaţiul public european: emergenţa unei problematici 303
GRAHAM MURDOCK (Marea Britanie), Excludere de la comunicare? Faţă în faţă cu diviziunea digitală 313
SIMONA ŞTEFĂNESCU, ANCA VELICU, Discurs cotidian *versus* discurs ceremonial. Mediatizarea vizitei lui George W. Bush în România 325
NICOLAE PERPELEA, Discursul televizual. *Talk-show*-ul ca dispozitiv de deliberare moral-politică 361
VALENTINA MARINESCU, Reprezentări ale integrării europene în câmpul jurnalistic ... 383
SIMONA ŞTEFĂNESCU, Referendumul privind modificarea Constituţiei României: analiza discursului presei scrise 399
PANAGIOTIS CHRISTIAS (Franţa), Ştiinţă şi sens comun 417

ISTORIE SOCIALĂ

IANCU FILIPESCU, Consideraţii geografico-istorice privind judeţele Ţării Româneşti 425

COMENTARII

ELENA ŞTEFANIA NEGREA, Un nou model în pragmatica transculturală 449
MONICA MARINESCU, Migraţie socio-profesională occidentală şi construcţie europeană 455

VIAŢA ŞTIINŢIFICĂ

Colocviul laboratorului „Educaţie şi identitate", Academia Română, 21 aprilie 2004 (Maria Cobianu–Băcanu); Seminarul tehnic internaţional „Strategii anticorupţie", Sinaia, 27–28 septembrie 2004 (Dorinica Ioan, Dan Mânzală); Seminarul internaţional „Democraţia şi drepturile omului în societăţile multietnice", a şaptea ediţie, Konjic, Bosnia-Herţegovina, 12–16 iulie 2004 (Simona Ştefănescu) 467

RECENZII ŞI NOTE DE LECTURĂ

„Sociologija sela" nr. 3–4 (157–158), iulie–decembrie 2002 (Irina Stănculescu); Manuela Gheorghe, *Religie şi schimbare socială în România*, Iaşi, Editura Fundaţiei Axis, 2004 (Elena Cobianu); Paul Ekman, *Emotions Revealed. Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life* (Descoperirea emoţiilor. Cunoaşterea expresiilor faciale şi a sentimentelor pentru îmbunătăţirea comunicării şi vieţii emoţionale), New York, Henry Holt & Company, 2003 (Bogdana Baltasiu) 477
INDEX ALFABETIC 2004 483

ACADEMIA ROMÂNĂ BIBLIOTECA INSTITUTUL DE SOCIOLOGIE

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 301–488. Bucureşti, 2004

SPAŢIUL PUBLIC EUROPEAN: EMERGENŢA UNEI PROBLEMATICI

CAMELIA BECIU

În legătură cu posibilitatea unui spaţiu public european, una dintre cele mai invocate constatări din literatura occidentală se referă la decalajul existent între *dezvoltarea instituţională* a Europei comunitare şi *sentimentul apartenenţei* la o identitate europeană. Acest decalaj este pregnant şi în ţările din Europa de Est şi Centrală, adică în ţările candidate la integrarea europeană (în prezent, România şi Bulgaria) şi în cele care au devenit membre ale Uniunii Europene la 1 mai 2000. Desigur, faptul că în aceste ţări, dezvoltarea instituţiilor europene a devansat emergenţa identităţii europene reflectă mai ales particularităţile de istorie şi de conjunctură recentă.

Astfel, până în prezent, dezbaterea publică din România a fost mai puţin axată pe acele teme care sunt curente în spaţiul public din ţările comunitare sau în literatura de specialitate (precum tema cetăţeniei, a identităţii colective europene, politicile culturale, dreptul cultural european, instituţiile europene etc.). Am putea explica acest fenomen prin faptul că ţările candidate trebuie, pe de-o parte, să satisfacă *logica accesului* la Uniunea Europeană, la un set de reglementări comunitare şi, pe de altă parte, să reactiveze *logica apartenenţei* la valorile occidentale comune.

În acest studiu dezvoltăm ipoteza potrivit căreia dezbaterea publică din România ia în considerare în primul rând apartenenţa la valorile şi la civilizaţia Europei occidentale. Tema relaţionării românilor cu Occidentul de-a lungul timpului devansează tema Europei, înţeleasă ca structură transnaţională. Cu alte cuvinte, *mass-media* din România privilegiază informaţia referitoare la candidatura României, însă această informaţie este problematizată ulterior din perspectiva memoriei colective a românilor şi a apartenenţei românilor la Europa Occidentală.

În consecinţă, comunicarea mediatică în legătură cu Europa porneşte de la două registre discursive: primul vizează accesul României în Uniunea Europeană, cel de-al doilea evocă elementele de modernitate din istoria românilor, întrerupte brutal de către comunism. Tema candidaturii, precum şi luările de poziţie ale clasei politice, beneficiază de un anumit cadraj mediatic şi anume: temerile şi vulnerabilităţile românilor acumulate de-a lungul istoriei comuniste. Aşadar, logica „accesului" la Uniunea Europeană şi logica memoriei colective se întrepătrund, structurând în mod constant dezbaterea media cu privire la integrarea europeană.

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 303–312, Bucureşti, 2004

În acest context, imaginea Europei în discursul mediatic din România s-a articulat în jurul a două reprezentări: mai întâi, „Europa" este asociată cu instanțele de la Bruxelles, care monitorizează accesul României în Uniune; în al doilea rând, „Europa" trimite la un spațiu restrâns și selectiv al vieții occidentale (calificări precum *clubul celor puternici, ansamblul țărilor civilizate și avansate, clubul democrațiilor occidentale* fac parte din vocabularul mediatic consacrat). Imaginarul socio-mediatic al Europei occidentale se impune, așadar, în raport cu Europa comunitară și cu identitatea europeană. Pe de altă parte, logica „accesului" la Uniunea Europeană este atent exploatată în discursul clasei politice, de unde și abordarea politico-electorală a candidaturii României. În aceste condiții, *mass-media* reduce tema integrării europene la candidatura României.

Pare, deci, legitim să ne interogăm asupra *practicilor de mediere* care ar putea fi utilizate de către *mass-media*, astfel încât să devină posibilă trecerea de la o comunicare puternic instituționalizată la o comunicare publică folositoare cetățeanului. În felul acesta, problematica europeană nu s-ar mai reduce la chestiunea punctuală și măsurabilă a candidaturii și a memoriei colective cu privire la relația Est–Vest. Cu alte cuvinte, întrebarea este în ce măsură *mass-media* tratează problematica integrării nu doar din perspectiva „pertinenței instituțional-diplomatice", dar și a raționalității cotidianului.

Aceste întrebări devin cu atât mai pregnante în contextul țărilor candidate la integrarea în structurile euroatlantice. Pentru aceste țări, proiectul integrării europene este filtrat de un proiect identitar referitor la relația dintre „Vest" și „Est". În același timp, faptul că în aceste țări există politici consensuale, precum și o opinie publică în favoarea integrării, poate fi o premisă ideală sau, dimpotrivă, o constrângere, în ceea ce privește *depolitizarea* comunicării despre Europa și transformarea ei într-o comunicare *de interes public* și în același timp *plauzibilă* pentru public. De altfel, evoluția dezbaterilor televizuale consacrate Europei semnalează dificultățile pe care le întâmpină jurnaliștii români, atunci când trebuie să insereze consensul asupra integrării într-o dezbatere publică fondată pe reflecții diverse (reflecții politice, *critice*, de tip expert, *afective*, *ludice* etc.) și pe o participare diversificată a publicului (de exemplu, dezbaterile televizuale nu au favorizat participarea unor profile mediatice variate, de tipul *cetățean, comunitate, grupuri, martori* etc.).

Trecerea de la o comunicare *acreditată* la o comunicare *de interes public* ridică problema *calității deliberative a spațiului public*, respectiv, problema practicilor prin care jurnaliștii și, în general, structurile mediatice construiesc o *problemă publică*. Din acest punct de vedere, studiul de față pornește de la o serie de premise teoretice, referitoare la relația dintre spațiul public, *mass-media*, spațiul public european și posibilitatea identității europene.

1. Pentru o reevaluare a noțiunii de spațiu public. Discuția despre construcția europeană ca realitate economică, juridică sau comunicațională – pentru a menționa numai câteva unghiuri de abordare – a resuscitat totodată interesul

pentru conceptul de spațiu public. Desigur, în condițiile în care această literatură abordează teme precum cetățenia sau identitatea europeană, conceptul de spațiu public poate constitui un instrument de analiză fertil, dat fiind că introduce dimensiunea *interesului general* și, implicit, a vizibilității publice. Cu alte cuvinte, ideea de a conferi intereselor individuale sau de grup (și) o dimensiune generală ar putea servi în procesul de legitimare a identității europene și, în general, a politicii transnaționale. Dar acest lucru necesită o reevaluare a noțiunii de spațiu public – pentru mulți autori un concept-umbrelă, prea puțin operațional.

Cele mai numeroase controverse legate de o definiție a spațiului public vizează chiar posibilitatea de a formula interesul general. Astfel, majoritatea autorilor asociază spațiul public cu existența unor *condiții de comunicare* și *sociabilitate* specifice unei *democrații* (precum dezbaterea critică, publicizarea acțiunii politice, vizibilitatea publică a intereselor unor actori sociali cât mai diversificați). Aceste condiții de comunicare socială sunt exersate în *arene simbolice* formale (*mass-media*) sau informale și ar trebui să pună în evidență *relevanța* sau generalitatea problemelor dezbătute pentru comunitate.

În varianta normativă a acestei definiții, formulată de Jürgen Habermas în 1972 (dar pe care filosoful german a revizuit-o ulterior), spațiul public exclude comunicarea strategică și manipularea, discursul ideologic și sofistica de ocazie, participanții ajungând prin discuție critică la un consens rezonabil, dincolo de convingeri personale sau de grup. Evident, literatura care a urmat acestei explicații fondatoare subliniază dificultatea de a raporta spațiul public habermasian la realitatea democrațiilor liberale sau mai nou a cyber-democrațiilor.

Încă de la începutul anilor '80, sintagma *noul spațiu public*, folosită în mod curent în mediile academice sau în dezbaterile publice, avea să semnaleze faptul că mediatizarea devenise constitutivă spațiului public. Curând, unii autori [Wolton, 1992, 1997] aveau să propună folosirea conceptului de *spațiu public mediatizat*, subliniind astfel distanțarea de modelul normativ formulat de Habermas și, implicit, de criticile aduse de acesta la adresa *mass-media*. În literatura consacrată spațiului public din anii '90 regăsim o serie de elemente analitice de natură a genera o definiție adecvată la realitatea *tele-democrațiilor*. *Noul spațiu public* s-ar întemeia pe:

– alte criterii de *vizibilitate publică*: sfera privată este încorporată în noul spațiu public, care nu mai poate fi astfel redus exclusiv la componenta sa politică [Miège, 1995];

– alte criterii de *expresivitate publică*: acțiunea publică este „estetizată", pentru a produce efecte de „familiaritate" și „autenticitate"; în mod corespunzător, „cotidianul" devine „exemplar" și „emblematic" [Kershaw, 1991 ; Ellis, 2000];

– alte criterii de *comunicare critică*: reflecția critică nu mai este asociată doar cu agenda națională, ci și cu experiențele individuale din viața cotidiană; corespunzător, reflecția afectivă proiectată de actorii sociali asupra propriei sfere private dobândește relevanță publică;

– alte criterii de *cunoaștere publică*: mediatizarea „mărturiilor de viață" în defavoarea „punctelor de vedere" atrage după sine o valorizare a cunoașterii practice;

în noul spațiu public, cunoașterea practică apare drept o combinație de cunoaștere comună și expertiză, de unde o specializare a sensului comun și o anumită degradare și personalizare a expertizei [Carpignano, 1990 în Tulloch, 2000].

– o altă *configurație socială*: spațiul public contemporan este „fragmentat" și „contextualizat", devenind un „hiperspațiu local", după expresia lui Tulloch (2000); comunicarea prin Internet și, implicit, formele de sociabilitate pe care le generează favorizează, de asemenea, fragmentarea excesivă a spațiului public și apariția așa-numitelor *nișe sociale*, *sfericule* sau *spații parțiale*, fără legătură unele cu altele [Miège, 1995; Entman și Bennett, 2001].

Aceste transformări modifică totodată funcția spațiului public. Conceptul însuși se reformulează. Astfel, spațiul public nu se mai confundă cu un cadru de interacțiune destinat exersării rațiunii critice cu scopul de a evalua, contesta și redefini diferitele acte politice. Participarea la spațiul public nu mai presupune aderarea la o anumită poziție prin deliberare consensual-rațională. Cu alte cuvinte, participarea nu mai este neapărat sinonimă cu o formă de angajare politică și cu un anumit comportament comunicațional bazat pe raționalitatea argumentativă. Spațiul public în societatea informațională îndeplinește în primul rând o *funcție de mediere* între diferitele grupuri sociale, instituții și organizații, între identități și afilieri diverse. În formularea lui Dacheux (2003), spațiul public mediază între sfera etatistă, cea a pieței și sfera societății civile; între sfera politică, cea economică și cea domestică. Medierea constituie trăsătura distinctivă de bază a spațiului public actual. Pornind de la funcția medierii putem distinge între *spațiu public* și *spațiu comun*, după cum subliniază Tassin (1991) într-unul din studiile sale fondatoare. Primul permite coexistența în același cadru de interacțiune a unor identități și logici de acțiune socială diferite, cel de-al doilea unește actori și identități sociale care împărtășesc aceleași valori și care se legitimează în numele acelorași simboluri identitare. Spațiul comun omogenizează, în timp ce spațiul public alătură diferențele, pe baza unor simboluri și coduri care sunt împărtășite la un moment dat. Ulterior, autori precum Wolton (1997) au recurs și la alte distincții în tentativa de a genera o definiție a spațiului public cât mai puțin laxă (Wolton distinge, de pildă, între spațiul politic, spațiul comun și spațiul public).

În spațiul public, medierea între diferite identități și proiecte nu s-ar putea realiza fără o participare cât mai extinsă și mai diversificată (de unde, *problema accesului* la spațiul public). Participarea la spațiul public presupune însă existența unor poziții și interese contrare, de unde și probabilitatea unui *spațiu public* animat de contradicții și confruntări. Nu în ultimul rând, participarea la spațiul public implică o formă de *angajare critică* „în fața" celorlalți, care poate merge de la reflecții critice la poziții militante.

Medierea, coexistența diferențelor, interacțiunile strategice, angajarea și/sau reflecția critică sunt mecanisme esențiale ale spațiului public, dar care nu anulează premisa fondatoare a oricărei discuții despre spațiul public, și anume: *cum este posibilă formularea unei probleme generale în spațiul public? cum anume se poate problematiza, astfel încât între spațiul domestic (în care ne regăsim istoria de*

viață), spațiul comun (pe care îl împărtășim ca membri ai unei comunități întemeiate pe valori și tradiții) și spațiul public (la care participăm, în care ne angajăm) să nu existe o ruptură sau o relație artificială? A admite doar că *mass-media* relativizează distincția între spațiul public, comun și domestic nu face decât să amâne răspunsul. Am introduce astfel o abordare relativistă la fel de puțin operațională ca și abordarea normativă formulată de către Habermas. În cele din urmă, respingând posibilitatea de problematizare în spațiul public, anulăm și funcțiile acestuia de mediere, participare sau reprezentare, anulăm conceptul însuși. În acest caz ar trebui să ne întrebăm dacă acest concept mai are vreo utilitate.

În fapt, întreaga discuție referitoare la posibilitatea spațiului public în condițiile mediatizării comerciale se poartă în jurul unor modele de comunicare și sociabilitate: primul asociază comunicarea cu o formă de raționalitate normativă, respectiv, cu o serie de reguli practice de discuție (în primul rând, capacitatea de a nu raporta discuția doar la interesele individuale; capacitatea de a urmări atingerea consensului); cel de-al doilea model, relativist, atribuie comunicării o raționalitate strict contextuală, fondată pe norme, valori, interese și ritualuri de discuție uzuale într-o comunitate dată.

Între cele două abordări putem interpune modelul constructivist, care introduce următoarea întrebare: *în ce măsură spațiul public mediatic, sinonim cu comunicarea comercială, poate include o componentă deliberativă?*

Potrivit acestui model, orice formă de „discuție" purtată în tipare mediatice indică o *sociabilitate* și *un mod de a generaliza*. Dispozitivele mediatice, inclusiv cele care nu sunt concepute drept dezbateri publice, consacră un anumit *imaginar mediatic* cu privire la „modul de a formula o problemă" într-o comunitate, într-un „cerc" social sau sferă instituțională. Problematizarea este, deci, posibilă și în cadrul dispozitivelor care mediatizează fapte de viață privată, în orice caz, fapte care nu fac parte din „agenda publică".

În cele din urmă, pentru a problematiza, toate dispozitivele mediatice, indiferent de orientarea lor tematică, se confruntă cu aceeași exigență: identificarea unei *formule comunicaționale* care mediază trecerea de la interesul „individual" la cel „general" și invers. Altminteri, dispozitivele profilate strict pe dezbaterea agendei publice riscă să problematizeze într-un mod „abstract" în raport cu interesele și cu imaginarul social al publicului; în mod corespunzător, dispozitivele concepute pentru discuția „domestică" riscă să genereze un efect de intruziune în sfera privată și/sau intimă și, implicit, un sentiment al receptării „voyeuriste" [Perpelea, 2001].

Observăm că modelul constructivist al comunicării sociale pornește de la premisa potrivit căreia problematizarea poate fi generată retoric, adică prin strategii de discurs la care participanții pot ajunge stimulați fiind de cadrul însuși în care se desfășoară discuția. Ipoteza subiacentă acestei afirmații este că simpla apariție *în public* ne obligă într-un fel să ne raportăm la un terț colectiv pe care ni-l imaginăm ca fiind „ceilalți". Cu alte cuvinte, cadrul de participare ne solicită să ne raportăm experiențele individuale sau colective, instituționale sau domestice la o perspectivă generală, care

depăşeşte traiectoria noastră individuală. Generalizarea, indiferent de pertinenţa ei, ar fi aşadar, constitutivă „teritoriului" în care ne supunem vizibilităţii publice.

Faptul că suntem orientaţi spre o formă de generalizare de îndată ce apărem în public, nu implică însă căutarea neapărată a consensului. Putem problematiza, arată Robins (2003), fără a solicita sau a aştepta consensul. Mai departe, aceasta înseamnă că dispozitivele de mediatizare pot fi astfel concepute încât să plaseze participanţii în situaţia de a problematiza. A mediatiza diversele „cazuri", astfel încât participanţii înşişi să producă diverse unghiuri de vizibilitate, presupune un proiect de comunicare jurnalistică şi un întreg imaginar al profesioniştilor *mass-media*. Din acest punct de vedere, problematizarea în sfera mediatică (şi mai ales în cadrul emisiunilor televizate) este şi un „efect de discurs" – o „punere în scenă" a unui anumit mod de a discuta fapte *care ne privesc*[1].

A introduce însă ideea că intenţia jurnalistică poate institui diferite cadre de problematizare înseamnă totodată a conferi noţiunii de spaţiu public o dimensiune mai mult metodologică decât normativă. Ceea ce, într-un fel, ar reabilita valoarea instrumentală a acestei noţiuni pentru cercetarea din ştiinţele socio-comunicaţionale. Autori precum Price [1991: 24], subliniază în acest sens că spaţiul public habermasian trimite la *o tehnică necesară pentru a evalua în ce măsură practicile verbale şi structurile mediatice contribuie la democratizarea societăţi*.

Problemele pe care le-am semnalat mai sus cu privire la actualitatea conceptului de spaţiu public intervin şi în discuţia referitoare la posibilitatea unui spaţiu public european. Majoritatea autorilor semnalează că, pentru moment, problematizarea construcţiei europene în spaţiul public se petrece într-un mod artificial, care nu serveşte proiectul Europei unite. Premisele istorice, dar şi filosofice care ar putea contribui la emergenţa unui spaţiu public european nu par să favorizeze o astfel de evoluţie. Kevin Robins (2003) sintetizează starea de fapt, arătând că noţiunea de spaţiu public de care dispunem în prezent, atât în varianta normativă propusă de către Habermas, cât şi în formulările ulterioare, serveşte logica statului-naţiune, fiind inadecvată pentru o cultură publică transnaţională şi cosmopolită. În mod corespunzător, proiectul de comunicare al *mass-media* şi în special al televiziunii este destinat vizibilităţii naţiunii – naţiunea, purtătoare a unei culturi integrate şi familiare.

În consecinţă, una din întrebările cele mai frecvente în materie de spaţiu public european se referă la practicile de mediatizare care ar putea fi imaginate astfel, încât televiziunile şi presa să nu reducă Europa Unită doar la modelul statului-naţiune, respectiv, la un soi de „stat-naţiune european". Pe de altă parte, admiţând că *mass-media* ar depăşi logica statului-naţiune, nu este clar în ce mod ar putea acestea să confere o dimensiune transnaţională şi/sau europeană spaţiului public. Potrivit lui Robins [*ibid.* 2003], la prima vedere, s-ar contura două modele

[1] Guy Lochard subliniază că dispozitivele televizuale generează o *instabilitate identitară* [2003: 156]: „În cazul emisiunilor de dezbatere şi mai ales al emisiunilor «în direct», raportul între identitate socială, identitate mediatică şi identitate discursivă trebuie să fie considerat procesual, fluid şi reversibil – maşinăria mediatică nu reuşeşte decât să evidenţieze anumite configuraţii sociale şi identitare, fără a le impune într-un mod ireductibil".

Europa, un spațiu identitar „nou", care sintetizează particularitățile culturilor naționale și un al doilea model, care instituie imaginea unui spațiu identitar de tip „mozaic", fondat pe vizibilitatea și afirmarea culturilor regionale și naționale. Cu alte cuvinte, ceea ce numim „european" ar viza o *identitate emergentă* sau o *identitate deja existentă*, dar altfel configurată?

Ambele modele par puțin funcționale atâta timp cât nu fac referire la *sensibilitatea comună* împărtășită la un moment dat, nu neapărat într-un teritoriu, ci într-o comunitate de experiențe și practici. Practicile de mediere între particular și general, între ceea ce este dat și ceea ce se construiește sau, după caz, se reconfigurează, sunt cele care activează o sensibilitate comună și, în același timp, emerg dintr-o sensibilitate comună.

Majoritatea analizelor subliniază incertitudinile cu privire la modelul identitar care ar putea sta la baza Europei comunitare (de altfel, este o premisă de la sine înțeleasă, care ține de modul „natural" în care se structurează o identitate – într-un anumit timp, prin contradicții și sincope, prin excluderi, amalgame și conjuncturi). În fapt, discuțiile despre tipul de identitate europeană care s-ar putea dezvolta în timp par premature, atâta timp cât mecanismele de mediere între culturi și comunități nu sunt suficient de diversificate și adaptate în vederea unor proiecte transnaționale. În schimb, cultura medierii actualizată într-un spațiu public ar putea constitui filonul identității europene.

2. Dispozitive de mediatizare a integrării europene în dezbaterile televizate din România. Ipoteze de interpretare În perioada 2000–2003, dezbaterile televizuale axate pe tematica integrării europene au cunoscut o trecere abruptă de la dezbateri excesiv *instituționalizate*, tributare *sociabilității diplomatice*, la dezbateri puternic *personalizate*, indicând o *sociabilitate identitară*; de la o *viziune diplomatică* asupra integrării europene, la o *viziune mitologică* centrată pe *caracteristicile identitare* ale „românilor"[2]. Această trecere de la un pol comunicațional la altul nu a fost mediată de dezbateri în care integrarea europeană să fie abordată ca o *problemă publică* a cetățeanului. Cunoașterea furnizată, poziționarea oamenilor politici, a jurnaliștilor, precum și profilurile participanților la aceste dezbateri au generat o comunicare destinată „românului" și mai puțin „cetățeanului".

În consecință, reprezentările mediatice ale Europei și ale procesului integrării României s-au polarizat astfel: pe de-o parte, Uniunea Europeană, definită ca spațiu de putere selectiv și, deci, restrâns (*clubul celor mai puternici*, *ansamblul țărilor*

[2] În studiul de față prezentăm concluziile unei cercetări desfășurate în perioada martie 2002 – mai 2003 (*Construcția socio-mediatică a integrării europene. Mass-media și formarea opiniei publice deliberative*, contract de grant nr. 159/ 2003, Academia Română). Corpus-ul a cuprins dezbateri televizate, derulate într-o perioadă în care România a dobândit un statut operațional în procesul de integrare în structurile euro-atlantice. Mai departe, aceasta perioadă am definit-o în funcție de anumite evenimente „fondatoare" precum: vizita președintelui american George W. Bush la București, în noiembrie 2002, invitația adresată României, în noiembrie 2002, de aderare la NATO și criza internațională declanșată în 2003 prin intervenția trupelor americane în Irak. Pentru versiunea detaliată a acestei cercetări, vezi articolul *Construcția mediatică a integrării europene. Dezbaterile televizate*, „Revista Română de Științele Comunicării", 2004, nr. 3, Editura Tritonic.

civilizate şi avansate, clubul elitelor, clubul democraţiilor occidentale etc.); pe de altă parte, Uniunea Europeană, înţeleasă ca spaţiu decizional în interiorul căruia ţările candidate sunt evaluate conform unor indicatori foarte precişi.

Până în 2003, aceste moduri de a problematiza integrarea europeană s-au concretizat într-o serie de proiecte comunicaţionale, fiecare dintre ele semnalând o anumită etapă în construcţia spaţiului public al integrării europene[3].

Într-o primă etapă, pe care în mod convenţional o plasăm în intervalul 2000–2001, dezbaterile dedicate integrării europene privilegiau discursul de expertiză, de tip „laborator", întreţinut, în principal, de reprezentanţi ai diplomaţiei internaţionale şi de experţi. De exemplu, la emisiunea *Pro-Vest* din acea perioadă, discursul despre Europa Comunitară indica o reflexivitate mediatică destinată în fapt, elitelor politice şi mediatice[4]. S-a instaurat astfel un anumit *imaginar mediatic asupra Europei* şi a procesului de integrare – Europa Comunitară fiind definită ca spaţiu al „înaltei diplomaţii" şi al discuţiilor „privilegiate".

După evenimentele din 11 septembrie şi accelerarea negocierilor dintre România şi instituţiile internaţionale, discursul mediatic despre integrarea europeană cunoaşte o serie de transformări la nivel de grilă şi de tipologie a dispozitivelor. Abordarea diplomatică din cadrul dezbaterilor se atenuează şi, în general, dezbaterea publică referitoare la construcţia europeană este transferată în *spaţiul concurenţial* al politicii de partid. Astfel, în *talk-show*-urile politice, problematica integrării este asociată adesea cu o serie de *teme identitare*, emblematice pentru memoria colectivă, şi pentru simbolurile naţionale ale românilor. În acest nou context mediatic, integrarea europeană este dezbătută din perspectiva unor evenimente de istorie naţională mereu controversate, precum rolul mareşalului Antonescu în timpul celui de-al doilea război mondial, statutul Basarabiei şi Bucovinei, tema Holocaustului în Romania etc[5]. A rezultat o ideologizare a dezbaterii referitoare la problematica

[3] Dezbaterile televizate au fost analizate în funcţie de următorii indicatori: *cunoaşterea publică* (generată printr-o anumită orientare tematică), *interacţiunile ritualizate* (comportamente de enunţare, identităţi mediatice distribuite, identităţi discursive dobândite în situaţia de comunicare) şi *accesul* în spaţiul public (identităţile sociale ale participanţilor). Din acest punct de vedere, cercetarea a urmat linia analizelor semio-discursive [Charaudeau, 1998; Charaudeau *et.al.*, 2001; Soulages, 1999].

[4] Emisiunea difuzată la postul de televiziune *Pro-tv* actualiza, pentru prima dată în spaţiul mediatic din România, formatul unei *emisiuni-dezbatere* dedicate Europei Comunitare.

[5] Orientarea tematică a talk-show-ului politic *Marius Tucă-Show*, în martie 2002 (Antena 1 / luni–joi, 22^{30}–24^{00}): **24 martie**: vizita familiei regale în ţările occidentale în vederea promovării politicii de integrare europeană a României; invitat: un membru al familiei regale, reprezentant al Regelui Mihai; **28 martie**: polemică în legătură cu propunerea liderului PRM, Corneliu Vadim Tudor potrivit căreia România nu ar trebui să adere la NATO în orice condiţii, România trebuind să ceară în schimbul acestei decizii reintegrarea teritoriilor Basarabiei şi Bucovinei; în replică, deputatul PSD Adrian Păunescu susţine decizia României de a adera la NATO drept o etapă indispensabilă reîntregirii teritoriale a României. Invitaţi: deputatul PSD Adrian Păunescu; Corneliu Vadim Tudor, liderul PRM; **1 aprilie**: dezbatere cu privire la cererea adresată guvernului român de către instituţiile europene, potrivit cărora decidenţii români ar trebui să interzică orice simbol public referitor la mareşalul Antonescu. Invitaţi: jurnalişti, istorici, reprezentanţi ai comunităţii evreieşti; **4 aprilie**: dezbaterea asupra perspectivelor de integrare a României în NATO; polemică între Valeriu Stoica, lider PNL, reprezentând opoziţia şi V. Hrebenciuc, secretarul general al guvernului.

europeană. Asocierea dintre procesul integrării europene și evenimente de istorie controversată a permis oamenilor politici și liderilor de opinie să recurgă la o serie de argumente ideologice – o serie de variațiuni în jurul distincției „naționalism" *vs.* „democrație". Imaginarul mediatic instituit prin aceste dezbateri trimitea la Europa, spațiu de putere.

O dată cu invitația adresată României de aderare la alianța nord-atlantică și cu vizita președintelui american George W. Bush la București, ambele în noiembrie 2002, devine pregnantă tendința de a mediatiza integrarea europeană mai mult dintr-o *perspectivă identitară* și mai puțin în legătură cu agenda negociatorilor. Integrarea europeană este construită mediatic sub forma unui *discurs de autoanaliză colectivă* – un discurs generat de statutul geopolitic dobândit de România după noiembrie 2002. Chestiunea integrării este raportată la statutul sociocultural al unei Românii având experiența a cincizeci de ani de comunism.

Pornind de la acest cadru, moderatorii și participanții la dezbateri au formulat diverse „enunțuri de acceptabilitate" referitoare la istoria națională, precum și la traumele și sensibilitățile românilor, de cele mai multe ori incomprehensibile pentru „occidentali". Această tendință s-a menținut și în 2003, conflictul din Irak prilejuind jurnaliștilor și participanților la dezbateri să dezvolte un discurs identitar menit să explice „Europei" de ce anume „românii" nu s-au opus intervenției trupelor americane în Irak. Totuși, din perspectiva *cunoașterii publice*, discursul mediatic asupra Europei și a fenomenului integrării a pus în evidență – în perioada crizei din Irak – un element nou prin comparație cu practicile de mediatizare de până atunci. Europa și Statele Unite ale Americii încep să fie mediatizate drept entități politice strategice având propriile mize și proiecte geopolitice; *mass-media* a adoptat un raționament identitar întemeiat pe o viziune mai degrabă politică decât socio-culturală (*Ce reprezintă în prezent, pentru noi, românii, Europa Unită? Ce reprezintă, pentru noi, Statele Unite ale Americii?*).

Așadar, în legătură cu problematizarea integrării europene în spațiul public al dezbaterilor televizate putem distinge: pe de-o parte, o comunicare de tip expert (care corespunde cu apariția emisiunilor consacrate temelor europene); pe de altă parte, o comunicare identitară, centrată în jurul istoriei naționale, a relațiilor României cu Occidentul de-a lungul timpului și mai ales pe mentalitatea și traumele românilor, acumulate în timp. Codul identitar a fost aplicat de participanții la dezbaterile televizate asupra oricărui eveniment major referitor la candidatura României în Uniunea Europeană.

Din acest punct de vedere, spațiul public nu a mediat între diferitele identități socio-culturale, tipuri de cunoaștere publică și logici sociale de acțiune[6]; între spațiul domestic, spațiul simbolic comun împărtășit la un moment dat și spațiul public al problemelor. Spațiul public, așa cum a fost configurat de către televiziuni, s-a dovedit a fi mai mult o *scenă de apariție a spațiului simbolic comun* al

[6] A se vedea în acest sens distincția pe care Etienne Tassin o face între spațiul public și spațiul comun (Tassin, E., *Espace commun ou espace public? L'antagonisme de la communauté et de la publicité*, „Hermès", 1992, 10, p. 35).

românilor. Jurnaliștii și experții invitați s-au făcut purtătorii de cuvânt ai unei voci colective sceptice în ceea ce privește capacitatea „românilor" de a depăși mentalitatea „balcanică" și de a se integra în noile tipare culturale ale Europei Unite. Dezbaterile nu au conferit vizibilitate unor identități socio-profesionale diverse, ci publicului-națiune format din „românii" entuziaști, dar, în același timp, sceptici în privința integrării europene. La prima vedere, orientarea tematică a acestor emisiuni era dată de evenimente punctuale din agenda negociatorilor. În fapt, evenimentele respective au constituit mai mult un pretext pentru legitimarea dezbaterilor, moderatorii axând imediat discuția asupra unor aspecte referitoare la trecutul (post)comunist, la stereotipurile, valorile și practicile cotidiene ale românilor. Din acest punct de vedere, dispozitivele de dezbatere a integrării europene au conferit vizibilitate mai mult unei sensibilități acumulate în timp de către români – o sensibilitate considerată „simbolică" pentru mentalitatea colectivă.

BIBLIOGRAFIE

1. CHARAUDEAU, P., CROLL, A, FERNANDEZ, M., LOCHARD, G., SOULAGES, J-C., *La télévision et la guerre. Déformation ou construction de la réalité ? Le conflit en Bosnie* (1990–1994), Bruxelles, Ina-De Boeck, 2001.
2. CHARAUDEAU, P., *Discours médiatique de l'information*, Paris, I.N.A, 1998.
3. COMAN, MIHAI, *Mass-media, mit și ritual. O perspectivă antropologică*, Iași, Editura Polirom, 2003.
4. DACHEUX, ERIC (*sous la dir. de*), *L'Europe qui se construit. Réflexions sur l'espace public européen*, L'Université de Saint-Etienne, 2003.
5. ELLIS, J., *Seeing Things, Television in the Age of „Uncertainty"*, London, I. B. Tauris Publishers, 2000.
6. ENTMAN, R.M., BENNETT, L.W., *Communication in the Future of Democracy: A Conclusion*, în *Mediated Politics Communication in the future of Democracy*, Cambridge University Press, 2001.
7. LOCHARD, G., *Identités sociales, médiatiques et discursives à la télévision: de la mobilité à l'instabilité*, „Questions de communication", 2002, 2, p. 145–157.
8. MIÈGE, B., *L'espace public: au-delà de la sphère politique*, „Hermès" 17–18, Communication et politique, Paris, CNRS Editions, 1995, p. 49–62.
9. PERPELEA, NICOLAE, *Corpul comunicării provocat. Modele sociologice ale pragmaticii expresiviste*, București, Expert, 2002.
10. PRICE, M. E., *Television, the Public Sphere and National Identity*, Oxford University Press, 1995.
11. ROBINS, K., *Les dangers du concept „communauté imaginée" pour l'espace européen*, în *Dacheux, Eric (sous la dir. de), L'Europe qui se construit. Réflexions sur l'espace public européen*, L'Université de Saint-Etienne, 2003.
12. SOULAGES, J.C., *Les mises en scène visuelles de l'information.Étude comparée France, Espagne, États-Unis*, Paris, Nathan, 1999.
13. TASSIN (E.), *Espace commun ou espace public? L'antagonisme de la communauté et de la publicité*, „Hermes" 1992, 10, p. 35.
14. TULLOCH, J., *Watching Television Audiences – Cultural Theories & Methods*, Arnold, London, 2000.
15. WOLTON, D., *Penser la communication*, Paris, Flammarion, 1997.

EXCLUDERE DE LA COMUNICARE ?
FAȚĂ ÎN FAȚĂ CU DIVIZIUNEA DIGITALĂ

PROF. DR. GRAHAM MURDOCK
Loughborough University, Marea Britanie

1. ACCESUL LA *INTERNET* – UN DREPT CETĂȚENESC

Internet-ul a apărut pentru prima dată, în forma sa actuală în 1989, când Tim Berners-Lee, care lucra la laboratorul CERN din Geneva, a dezvoltat World Wide Web. Însă el a început să fie utilizat curent abia o jumătate de deceniu mai târziu, când *browser**-ele Web au ajuns un fenomen de masă, o dată cu lansarea *software*-ului gratuit Netscape Navigator în 1994, urmată un an mai târziu de *Internet* Explorer, în care Microsoft a intrat cu ultima versiune a celor mai bine vândute programe de *software* Word. A fost un moment răsunător pe plan politic. Stimulat de entuziasmul lui Al Gore referitor la noile tehnologii de comunicare și informare, Bill Clinton făcuse din tranziția rapidă a Americii de la capitalismul industrial la cel digital unul din punctele majore ale politicii sale pe plan național. Dincolo de Atlantic, Tony Blair înscrisese aceeași tranziție undeva la începutul listei de obiective planificate pentru primul său termen ca prim-ministru.

„Digitalizarea" a fost, desigur, un proces general în care întregul sistem comunicațional a evoluat neregulat și la viteze variate, de la vechile modele analoge de producție, stocare, distribuire și prezentare, la noile forme bazate pe codul universal computerizat de zero-uri și unu-uri. Dar, dincolo de abundența noilor mecanisme digitale apărute, de la Compact-Discuri și console de jocuri computerizate, până la telefoane mobile, *Internet*-ul s-a distins ca având proprietăți unice. El a fost singurul sistem capabil să opereze simultan ca un sistem de distribuire, ca o rețea de comunicare și ca un spațiu pentru creativitatea și originalitatea individuală. Utilizatorii puteau să *download*-eze („descarce") materiale produse anterior, să trimită *e-mail*-uri, să participe la discuții de grup, să-și facă propriile lor pagini *web* și să contribuie la dezvoltarea *website*-urilor

* **Nota traducătorului:** termenii specifici *Internet*-ului sau computerelor personale, care au fost preluați din limba engleză, fără a avea o traducere în limba română (precum *browser, e-mail, software, hardware, download, site, web, scanner* etc.) sunt păstrați ca atare în text, fiind marcați de cele mai multe ori prin caracterul italic.

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 313–324, București, 2004

colective bazate pe preocupările comunității, pe interesele de petrecere a timpului liber sau pe campaniile politice.

Această versatilitate a oferit noi opțiuni politice în arii-cheie precum locurile de muncă, educația sau cetățenia. Ea putea fi mobilizată către instruirea oamenilor în abilitățile de bază în lucrul cu computerul, cerut de economia digitală în ascensiune. Ea putea oferi bazele pentru programe mai flexibile și mai specializate, pentru sistemul de învățământ de scurtă sau de lungă durată. De asemenea, ea putea deschide noi canale de informare și contact care să conducă spre diferite modalități de îmbunătățire a relațiilor dintre alegători și politicieni, sau dintre serviciile de sănătate și asistență socială și clienții lor.

Ținând cont de aceste țeluri, departamentele și agențiile guvernamentale au pus din ce în ce mai multe materiale și facilități pe *Web*, inclusiv resurse care nu erau disponibile în altă parte. Organizațiile de voluntariat și instituțiile publice, precum librăriile, muzeele și galeriile, au început, de asemenea, să utilizeze *Web*-ul pentru a oferi *on-line* resurse și expertize pe care nu le puteau oferi *off-line*. Un bun exemplu este colecția digitală a lucrărilor complete ale lui Turner, de la Tate Gallery. Deși Turner a fost de acord să-și lase munca națiunii cu condiția ca aceasta să fie expusă public, constrângerile de spațiu și aspectele legate de securitate făcuseră imposibilă construirea unui spațiu expozițional care să îndeplinească dorințele sale. Noua prezentare pe *Internet* corespunde pentru prima dată doleanței sale, dar, deoarece este disponibilă doar pe *Internet*, persoanele care nu au acces la acest sistem se află în imposibilitatea de a o vedea, chiar dacă au un drept egal de acces la ea. Situația se repetă și în cazul extinderii facilităților libere pe *Internet* ale BBC. Acestea presupun, din ce în ce mai mult, suplimente consistente la programele Corporației, oferind telespectatorilor și ascultătorilor șansa de a vorbi cu producătorii de programe sau cu intervievații, sau șansa de a avea acces la materiale suplimentare. Încă o dată, deși toți cetățenii au plătit aceeași taxă pentru aceste servicii publice, numai aceia care au conectare la *Internet* pot să beneficieze de aceste noi facilități.

Dacă definim sensul de bază al cetățeniei ca „dreptul de a participa pe deplin la viața socială și de a ajuta la modelarea formelor pe care le poate lua în viitor" [Murdock, 1999, p. 8], atunci cu siguranță putem argumenta că într-o lume în care tot mai multe informații sunt accesibile numai *on-line* și în care din ce în ce mai multe activități și interacțiuni au loc *on-line*, accesul la *Internet* a devenit un drept cultural de bază al cetățeniei secolului XXI. A fi permanent deconectat de la *Internet* înseamnă a fi exclus de la participarea deplină la viața socială contemporană.

Este recunoscut de-acum faptul că „*Internet*-ul a devenit din ce în ce mai mult esențial pentru viață, muncă sau joacă... iar el devine chiar mai important dacă anumite grupuri sau zone sunt sistematic excluse". Aceasta constituie o problemă-cheie în rețelele nou apărute de informare și comunicare [Norris 2001, p. 10] Nu este, pur și simplu, o chestiune de stil de viață, despre cum doresc oamenii să-și petreacă timpul liber sau să-și cheltuiască banii. Este o chestiune de șanse de viață, de absență a oportunităților de a dezvolta noi sensuri, contacte sau competențe care pot fi utilizate în alte contexte.

2. CARTOGRAFIA „MARII DIVIZIUNI"

Publicitatea guvernamentală pentru potențialul *Internet*-ului de „a oferi oportunități de slujbe, de rețele comunitare puternice și de a facilita progresul educațional" [Norris, 2001, p. 10], a adus în atenția politică, mai mult decât în mod obișnuit, problematica accesului inegal, și a determinat un efort concertat de a identifica nivelul problemei. În Statele Unite, o serie de studii sub titlul generic de *Falling Through the Net (Căzând prin Net)*, au fost făcute sub auspiciile Departamentului de Comerț, utilizând datele de la Ancheta Curentă asupra Populației. Prima cercetare a vorbit simplu doar despre „cei care nu au" (*have-nots*), dar a doua, publicată în vara anului 1998, a avut subtitlul *Noi date despre diviziunea digitală*. Această frază de o mare rezonanță a ajuns să domine dezbaterea care a urmat și a devenit acum o descriere universală condensată a problemei. Oricum, în timp ce are o considerabilă putere retorică, din punct de vedere analitic ea mai mult ascunde decât dezvăluie.

Cu toate acestea, la timpul respectiv, formula – relevată de anchetă – părea o descriere adecvată a uriașelor diferențe în privința accesului. Venitul și educația au apărut în mod special ca factori semnificativi: pentru acei oameni care câștigă peste 75 000 $ pe an, probabilitatea de a avea acces la *Internet* acasă este de șapte ori mai mare decât pentru acele persoane cu un venit anual sub 10 000 $, iar la persoanele care au absolvit un colegiu sau mai mult decât atât, probabilitatea este de 16 ori mai mare decât pentru aceia care au absolvit doar o școală elementară [Administrația Națională a Telecomunicațiilor și Informației, 1999]. Se părea că pentru mulți dintre cei mai săraci cetățeni americani, invitația la mobilitate și alegere promovată în sloganul publicitar al Microsoft: „unde vrei să mergi astăzi?", era în totalitate neobișnuită și neconcordantă cu experiența lor cotidiană. Ei stăteau pe loc, mergând „nicăieri". Sponsorii raportului au fost perfect conștienți de acest fenomen.. Așa cum notau ei, „*Diviziunea digitală* este acum una dintre problemele primordiale, atât din punct de vedere economic, cât și din punct de vedere al drepturilor civile" [Departamentul de Comerț al Statelor Unite, 1999, XIII]. Aceasta nu era, însă, doar o problemă americană. Cercetări utilizând date britanice și europene au relevat patternuri similare de acces inegal și încă o dată au subliniat importanța venitului și a educației ca predictori cheie [Norris, 2001, capitolul 4]. Se părea că „miezul problemei se găsește în patternurile mai extinse de stratificare socială care modelează nu doar accesul la lumea virtuală", dar și participarea deplină la viața socială [Norris, 2001, p. 91–2].

Un număr de comentatori au dezagreat acest punct de vedere, argumentând că actuala „diviziune digitală" referitoare la deținerea unui computer (care rămâne principalul punct de intrare către *Internet*) este temporară și se va diminua în timp, așa cum s-a întâmplat, de exemplu, cu patternul anterior de achiziționare a unui televizor. Sunt însă două probleme cu acest argument. În primul rând, în Marea Britanie cel puțin, primul televizor pe care multe familii sărace l-au avut a fost închiriat, nu cumpărat. Nu există nici un sistem de închiriere pentru computerele

personale. În al doilea rând, telespectatorii care doresc pur și simplu să vizioneze principalele canale terestre analoage trebuie doar să cumpere setul de bază, despre care sunt siguri că va funcționa temeinic un deceniu și chiar mai mult. Televizoarele mai scumpe, cu ecrane mai mari și sunet stereo, sporesc experiența de vizionare normală, dar nu o alterează. Pentru aceasta, este nevoie de aderarea la capacitățile interactive oferite de unele servicii digitale, o decizie pe care, până acum, majoritatea telespectatorilor au fost reticenți să o ia. Prin contrast, computerele personale au o viață (durată) de funcționare de patru sau cinci ani. După acest interval, uneori chiar mai devreme, utilizatorii constată că aparatul lor nu poate să suporte ultimele produse *software* și sunt obligați să cumpere un nou model. Mai mult, pentru a câștiga acces la întreaga varietate de posibilități legate de *Internet*, precum primirea sau salvarea imaginilor și materialelor video și audio, ei trebuie să achiziționeze modele din ce în ce mai scumpe, care oferă cantități substanțiale de memorie și facilități adiționale, cum ar fi CD *re-writer*-ele, împreună cu alte accesorii periferice, precum *scanner*-ele. În plus, pentru a fi *on-line*, ei trebuie, de asemenea, să plătească periodic pentru conectarea telecomunicațională. Rezultatul, așa cum Regina Roșie îi amintea lui Alice în povestirea lui Lewis Carroll *Through the Looking Glass*, este că *cyberspace*-ul „îți toată viteza de care ești în stare, pentru a te ține în același loc" (*it takes all the running you can do, to keep in the same place*) [Wilhelm, 2000, capitolul 7]. Pentru multe familii aceasta este imposibil, în condițiile în care dezvoltarea *Internet*-ului a coincis cu lărgirea prăpastiei dintre veniturile segmentelor de populație cele mai sărace și cele mai bogate [Goodman, 2001].

Mai mult, utilizatorii obișnuiți, care au avut acces la *Internet* de la început, își regăsesc avantaje cumulative în folosirea *Internet*-ului, din moment ce sistemul a fost organizat în jurul nevoilor și cerințelor lor, ceea ce face dificil ca aceia care ajung să utilizeze sistemul mai târziu să schimbe principiile și structurile de bază ale acestuia.

Deși diferențele de venituri au început să se micșoreze în ultimii ani în Marea Britanie, totuși datele de teren sugerează că distanța dintre cei care au și cei care nu au acces la *Internet* acasă rămâne în continuare mare, așa cum arată o cercetare a Asociației Consumatorilor din 2001. Conform aceluiași studiu, este de așteptat ca numai una din zece persoane care nu sunt în prezent conectate la *Internet* să o facă în viitorul apropiat.

3. INTERVENȚII RATATE

Situația a determinat guvernul să lanseze o serie de intervenții cu scopul de a încuraja tot mai mulți oameni să poată să se conecteze *on-line*. Acestea au inclus: utilizarea de fonduri ale loteriei naționale pentru dotarea tuturor bibliotecilor publice cu echipamentul necesar accesului la *Internet*, până la sfârșitul anului 2002; creșterea fondurilor alocate Rețelei Naționale de Standarde ale Educației pentru a

ajuta toate şcolile să fie conectate la *Internet*; o lansare în mai multe etape a 1 000 de centre de învăţământ ICT pe tot teritoriul Marii Britanii; de asemenea, două importante iniţiative având scopul de a spori semnificativ accesul la reţea al persoanelor cu venituri mici, anume programele *Comunităţi conectate (Wired Up Communities)* şi *Computere cu accesibilitate (Computers with Reach)*. Toate aceste iniţiative au avut anumite rezultate, însă problemele cu care s-au confruntat s-au dovedit a fi lecţii importante de învăţat.

În martie 2000, au fost alocate 10 milioane de lire sterline de către *Fondul de modernizare capitală (Capital Modernisation Fund)* pentru a dezvolta o serie de zece proiecte pilot pentru programul *Comunităţi conectate (Wired Up Communities – WUC)*, cu scopul de a da posibilitatea persoanelor din cele mai dezavantajate comunităţi să folosească *Internet*-ul, pentru a avea acces la informaţii despre locuri de muncă, oportunităţi educaţionale şi la materialele furnizate de către guvern sau alte agenţii. Oricum, interviurile cu rezidenţii dintr-una din zonele acoperite prin program au relevat faptul că, chiar şi atunci când accesul la *Internet* era la dispoziţia tuturor, au rămas anumite bariere locale puternice în calea utilizării, menţionate fiind lipsa de timp şi absenţa posibilităţilor alternative de îngrijire a copiilor. Evaluarea interimară a proiectului a arătat, de asemenea, că planificata implicare a partenerilor din sectorul privat a fost minimă. Aceştia erau dispuşi la unele completări acolo unde era cazul, însă au fost reticenţi în a deveni parteneri sau sponsori ai proiectului. Oricum, aşa cum a arătat-o experienţa din programul *Computere cu accesibilitate*, chiar şi atunci când au participat la sistemul de distribuţie, de exemplu, ei au fost dispuşi să-şi asume doar responsabilităţi minime.

Programul a fost lansat în 1999, când Gordon Brown a reţinut 15 milioane de lire sterline din bugetul său din martie pentru a oferi 100 000 de computere personale gospodăriilor cu venituri scăzute. Beneficiarii au fost identificaţi prin organizaţiile de caritate locale şi prin grupurile de voluntari. Companiile IT au fost implicate în proiect prin cumpărarea de computere personale vechi de la agenţii şi de la organizaţii din sectorul public, pe care le-au îmbunătăţit şi le-au distribuit gospodăriilor incluse în proiect, sub forma unor pachete cuprinzând un sistem cu *software* şi imprimantă gata de conectat la *Internet*.. Aceste companii au fost plătite cu 210 lire sterline pentru fiecare pachet, contribuţia beneficiarului fiind de numai 60 de lire. Sistemul a funcţionat cel mai eficient atunci când a fost administrat prin sectorul public şi finanţat exclusiv din fonduri publice, aşa cum s-a întâmplat în Liverpool, unde s-a derulat sub iniţiativa denumită *I Take My Place*, acoperindu-se costul de 60 de lire per pachet, în timp ce responsabilitatea pentru distribuire şi service a fost asumată în totalitate de către firmele ITMP. În alte cazuri, însă, experienţele clienţilor au fost mai puţin pozitive. În unele zone pilot, oamenilor li s-a cerut să plătească 60 de lire sterline în avans, dar au trebuit să aştepte mai mult de şase luni pentru ca aparatele să le fie distribuite. Mai mult, distribuitorii nu aveau nici o obligaţie să instaleze computerul şi accesoriile lui şi nici să se asigure că funcţionează. Deoarece contractele iniţiale omiseseră să specifice termenii şi condiţiile în care vor fi accesate liniile de ajutor, unii au profitat de situaţie şi au

pretins de la beneficiari câte o liră pentru un minut de utilizare a liniei de ajutor, speculând faptul că absența familiarității cu computerul făcea dificilă urmărirea rapidă a instrucțiunilor de către acei oameni. În februarie 2002, sistemul a fost suspendat fără prea multe discuții conexe. În ciuda faptului că a funcționat bine în zonele în care a fost conectat la inițiativele publice existente, o sursă „apropiată proiectului" a declarat jurnaliștilor că ministrul de resort înclinase să creadă că sistemul „nu are destule părți / consecințe pozitive".

Aceste experiențe au îndreptățit utilizarea, de atunci încolo, a sintagmei de „diviziune digitală", punctând două concluzii esențiale. În primul rând, faptul că sectorul public trebuie să-și asume responsabilitățile principale pentru finanțarea și administrarea intervențiilor. Companiile private vor contribui numai atunci când este în interesul lor comercial să o facă, și atunci când termenii participării lor sunt foarte atent și bine definiți. În al doilea rând, este de așteptat ca intervențiile să aibă mai mult succes dacă se bazează pe o înțelegere comprehensivă a factorilor multipli care structurează accesul și utilizarea. Simpla distribuire a aparatelor la ușa gospodăriilor cu venituri modeste nu este suficientă.

4. REGÂNDIREA ACCESULUI

Din păcate, expresia „diviziune digitală" încurajează o viziune unilaterală. În primul rând, ea sugerează că ceea ce este important este accesul la *Internet* și implică faptul că toate tipurile de acces cântăresc mai mult sau mai puțin egal. Întrebarea relevantă, în larg utilizatele anchete Eurobarometru, referitoare la accesul la *Internet* în Uniunea Europeană, sună pur și simplu: „Aveți acces la/utilizați *Internet*-ul/World Wide Web?". Întrebarea nu specifică unde. Din punct de vedere politic întrebarea este utilă, din moment ce ea cuprinde toate formele de acces, acestea împreună dând impresia unui nivel înalt de posibilități de conectare, însă ea ascunde diferențele foarte diferite ale utilizării la locul de muncă spre deosebire de alte locații. Accesul la *Internet* la serviciu, unde *e-mail*-urile trimise și *site*-urile vizitate pe *Internet* pot fi monitorizate de către angajatori, în condițiile în care utilizarea privată a timpului la firmă poate fi penalizată, este cu claritate mult mai constrângător decât utilizarea domestică a *Internet*-ului. La fel, utilizarea unui terminal într-un centru comunitar sau bibliotecă publică, unde este posibil ca oamenii să stea la coadă în spate sau chiar să se uite peste umărul tău, este cu mult mai puțin flexibilă decât accesul la *Internet* acasă. Așa cum Pippa Norris sublinia, „oamenii care trăiesc în cartiere mai sărace pot să navigheze pe *Web* în bibliotecile publice, școli și centre comunitare, sau chiar în *cyber cafés*, dar acest fapt nu este similar cu a avea acces automat acasă, prin intermediul conexiunilor de mare viteză" [Norris, 2001, p. 92]. Așadar, atunci când măsurăm „accesul", trebuie să distingem cu atenție între diferitele modalități de conectare și să insistăm asupra faptului că principalul obiectiv politic ar trebui să fie furnizarea universală a sistemului acasă.

În plus, a vorbi despre „diviziunea digitală" la singular implică faptul că accesul în sine este un eveniment determinant, şi că o dată ce un utilizator a fost convins să se conecteze pentru prima dată, este de aşteptat ca el să devină un utilizator permanent. Această viziune ignoră o cantitate semnificativă de rezultate de cercetare care arată că, în timp ce pentru unele persoane conectarea la *Internet* presupune patternuri de utilizare care îi fac din ce în ce mai încrezători şi mai deschişi iniţiativei şi aventurii, pentru alte persoane conectarea înseamnă frustrare şi, în cele din urmă, renunţare. Pentru a înţelege aceste efecte, trebuie să explorăm „carierele" utilizatorilor, căutând în special factorii care încurajează şi susţin utilizarea activă şi creativă a *Internet*-ului.

Cercetările au arătat în mod repetat că cei mai mulţi oameni utilizează *Internet*-ul, în principal, pentru a trimite *e-mail*-uri, pentru a fi la curent cu ştirile zilei şi pentru a obţine informaţii practice despre locuri de muncă, sănătate şi posibilităţi de petrecere a timpului liber. Aceste *pattern*-uri de utilizare se potrivesc cu concepţia oarecum utilitaristă a Guvernului despre potenţialul *Internet*-ului, anume tendinţa de a accentua căutarea de locuri de muncă şi de informaţii, sau achiziţia de deprinderi şi îndemânări, concomitent cu ignorarea altor posibilităţi, precum faptul că *Internet*-ul poate să fie o arenă de dezbateri şi creativitate. Aşa cum menţionam mai devreme, importanţa sa constă nu doar în distribuirea sa şi în funcţiile sale comunicaţionale, ci şi în capacitatea sa de a dezvolta noi forme de exprimare personală şi organizare socială. Prin urmare, un ţel al unei politici în domeniu ar trebui să fie nu doar simpla asigurare a accesului universal la *Internet* acasă, dar şi încurajarea oamenilor să utilizeze toate capacităţile şi posibilităţile oferite de acesta.

5. „CARIERE" ŞI RESURSE

Aşa cum arătam mai devreme, cercetările au subliniat constant rolul determinant al venitului şi al educaţiei, în patternurile care structurează accesul şi utilizarea. Ambii sunt indicatori compuşi pe care îi folosim ca termeni generici convenabili pentru o serie de resurse pe care le au oamenii. O dată ce descompunem aceşti indicatori, vom vedea că resursele acţionează de-a lungul a trei dimensiuni principale: dimensiunea materială, dimensiunea socială şi cea culturală.

În societăţile de piaţă, unde accesul la multe facilităţi şi oportunităţi (inclusiv accesul la *Internet* acasă) este organizat prin sistemul preţurilor, cantitatea de cheltuială discreţionară pe care gospodăria şi-o poate permite reprezintă cu siguranţă un factor major în determinarea pattern-urilor de alegere. În gospodăriile cu venituri modeste, în care rezervele de bani sunt repede cheltuite, este de aşteptat ca dorinţa de a avea un computer acasă să fie nesatisfăcută din cauza căutărilor permanente de oferte mai bune. Însă venitul nu este singura resursă materială relevantă. Mai sunt, de asemenea, timpul „liber" şi spaţiul disponibil. Femeile sau părinţii singuri, care îşi asumă responsabilităţile majore legate de întreţinerea familiei, au mai puţin timp să exploreze *Internet*-ul, iar atunci când o fac, este

probabil ca ei să lucreze într-o încăpere paliativă, undeva într-o sufragerie, mai degabă decât într-un „birou" special amenajat acasă.

Resursele sociale joacă, de asemenea, un rol cheie. Este greu de crezut că poți să trimiți un *e-mail*, dacă nici unul dintre cunoscuții tăi nu poate primi unul. La fel, atunci când computerul tău se strică sau se blochează pentru prima dată sau dacă ai probleme și defecțiuni cu *software*-ul, te ajută enorm să ai un prieten, coleg de serviciu sau vecin pe care să îl poți chema pentru un sfat sau un ajutor practic și care, atunci când lucrurile merg bine, să îți poată oferi un nou *software* și sugestii pentru folosirea lui. Deoarece este de așteptat ca aceia care lucrează în locuri de muncă fără calificare să utilizeze mai puțin computerul la serviciu sau să nu cunoască pe cineva care se pricepe în domeniu și deoarece este cel mai puțin probabil ca vecinătățile dezavantajate să aibă rețele extinse de utilizatori care își pot oferi suportul și încurajarea, barierele ridicate prin lipsa de resurse materiale se accentuează în cazul gospodăriilor cu venituri mici.

Preeminența educației în modelarea accesului și a utilizării evidențiază importanța celui de-al treilea set de resurse – resursele culturale. Acestea sunt adesea gândite simplu, în termeni de abilități concrete de utilizare a tastaturii și de operare pe computer. Astfel de abilități sunt importante, fiind vorba despre deprinderi generale, interesând în mod particular cele legate de știința de carte, de alfabetizare. În ciuda creșterii folosirii pe *Internet* a imaginilor și a muzicii, multe din cele mai utilizate funcții ale sale se bazează încă din greu pe utilizatorii capabili să citească și să scrie fluent. Pentru multe grupuri minoritare, faptul că majoritatea *site*-urilor disponibile pe *Internet* utilizează engleza ca limbă principală sau unică ridică probleme adiționale. Însă nu este vorba doar de faptul că este posibil ca unii membri ai acestor grupuri să nu fie pe deplin fluenți în limba engleză. Este, totodată, o chestiune de identitate.

Pentru identificarea oamenilor este crucial ca aceștia să fie capabili să se recunoască pe ei înșiși ca făcând parte dintr-un tipar de persoane care utilizează regulat *Internet*-ul și să se perceapă ca fiind cineva cu care *website*-urile importante doresc să vorbească. Prin excluderea sau marginalizarea anumitor segmente de populație – bătrânii, minoritățile etnice, femeile între două vârste – publicitatea în jurul computerelor și *Internet*-ului, în special reclamele comerciale, creează în mod nechibzuit impresia că tehnologia „nu este pentru ei", o impresie care este cu ușurință interiorizată. La fel, faptul că majoritatea creatorilor de *web* sunt bărbați tineri are consecințe importante pentru imaginea și stilul a ceea ce este oferit și întărește asocierile dominante ale tehnologiei cu tinerețea și cu masculinitatea contemporană. Faptul că, atunci când sunt întrebate, persoanele care nu sunt conectate la *Internet* tind să răspundă că „nu sunt interesate" sau că „nu au nevoie" de el, a fost luat de unii critici ca o dovadă că aceste persoane nu au de blamat pentru excluderea lor decât pe ei înșiși. Ei văd problema pornind mai mult de la lipsa de motivație personală decât de la inegalitățile structurale în distribuția resurselor cheie. Așa cum susținea un critic american al raportului *Falling Through the Net (Căzând prin Net)*, excluderea de la *Internet* era un refuz al unui drept

cetățenesc, din moment ce, argumenta el, „cum în prezent unele computere personale costă mai puțin decât televizoarele, iar accesul la *Internet* este mai ieftin decât cablul..., orice american care dorește poate să-și ia un computer și să devină conectat la *Net*" [Powell, 2001, p. 313]. Acesta este un exemplu clasic de blamare a victimei și este, în mod limpede eronat.

Ipotezele dominante cu privire la răspunsul la întrebarea „pentru cine este *Internet*-ul?" pot fi, oricum, eficient contracarate de *website*-urile construite *de* și *pentru* utilizatorii lor. Oamenii vorbesc despre problemele care îi preocupă și despre interesele lor într-o limbă pe care o simt imediat ca fiind a lor, familiară și pe care se simt confortabil să o utilizeze în propriile lor contribuții. Succesul *website*-urilor comunitare și al *site*-urilor construite în jurul unor probleme specifice sau al unor interese împărtășite, cum ar fi persoanele în vârstă dezvoltând o arhivă orală sau fotografică locală, demonstrează valoarea acestor inițiative nu numai în depășirea barierelor legate de acces, ci și în încurajarea utilizatorilor să fie participanți activi și creativi, nu doar consumatori ai materialelor realizate de alte persoane.

Recunoașterea caracterului multidimensional al resurselor care influențează accesul și utilizarea *Internet*-ului ar trebui să ne stimuleze să ne gândim la politici intervenționiste diferențiate și să considerăm resursele sociale și culturale ca fiind la fel de importante ca și resursele materiale. Dezvoltarea unui program corespunzător și argumentat de schimbare ar necesita un spațiu mult mai mare decât cel pe care îl avem la dispoziție, dar, spre a trage o concluzie, voi schița câteva sugestii orientative și elocvente.

6. REORIENTAREA INTERVENȚIEI

Experiența programului *Computere cu accesibilitate (Computers with Reach)* subliniază faptul că, în continuare, centrală în inițiativele sectorului public este operarea în concordanță cu principiile sectorului public. Oricum, multe guverne pot dori să împartă cu parteneri din sectorul privat costurile lărgirii accesului la *Internet* , însă este clar că grosul fondurilor va trebui să iasă din portofelul public. Aceasta nu este o simplă problemă de a concepe mai multe *grant*-uri alocate și de a le face disponibile pentru instalarea, în gospodăriile cu venituri mici, a computerelor care permit accesul la *Internet*; ea necesită, în același timp, o gândire „fuzionistă", care să recunoască relevanța inițiativelor care pot fi concepute și adresate, în mod primordial, altor problematici. Discuția noastră despre resursele materiale, de exemplu, a subliniat importanța faptului de a avea „timp liber" pentru a dezvolta, la o viteză proprie, experiența cuiva cu *Internet*-ul, spre deosebire de situația în care *Internet*-ul este folosit „printre picături", printre alte activități. Facilitățile adecvate pentru îngrijirea copiilor reprezintă un suport esențial în această privință, în special pentru părinții singuri.

Importanța rețelelor sociale în dezvoltarea și susținerea utilizării sugerează rolul primordial al mentorilor locali, în cadrul zonelor în care trăiesc persoane cu venituri mici. Aceștia ar fi localnici instruiți fără nici un cost din partea lor, în

schimbul acordului lor de a administra o linie de ajutor locală şi de a acţiona ca depanatori şi animatori, sarcini pentru care ar fi plătiţi. În plus, analiza noastră asupra resurselor culturale subliniază cât de mult contează valoarea *web-site*-urilor bazate pe comunitate şi pe interese specifice, pentru atragerea de noi utilizatori şi încurajarea lor de a deveni participanţi activi.

Deşi aceste tipuri de iniţiative locale sunt esenţiale, este puţin probabil ca ele să funcţioneze eficient fără nişte politici naţionale care să se adreseze, de asemenea, proceselor de infrastructură care remodelează mediul comunicaţional global în interiorul căruia are loc şi utilizarea individuală a *Internet*-ului. De aici decurg două probleme: importanţa conectărilor prin intermediul benzii extinse (*broadband*) şi posibila migraţie a folosirii *Internet*-lui de la computerele de acasă către sistemele de televiziune digitală.

Întotdeauna conectările prin intermediul benzii extinse transformă experienţa utilizării *Internet*-ului. Ele evită deconectările bruşte, caracteristice pentru legăturile de conectare de tip *dial-up*, care utilizează o linie telefonică standard. Ele sporesc masiv vitezele cu care materialul este accesat şi afişat pe ecran. Şi, de asemenea, ele permit utilizatorilor să manevreze confortabil mai „abundentul" trafic de pe *Internet* implicat în descărcarea (*download*-area) imaginilor de filme. Preţul pentru accesul prin bandă extinsă a coborât recent la aproximativ 27 de lire sterline pe lună, dar acesta este încă cu mult peste posibilităţile gospodăriilor mai sărace. Mai mult, nu există garanţii că toată lumea va avea, în cele din urmă, acces la serviciile bazate pe banda extinsă. Noile abonamente la serviciile de televiziune prin cablu care utilizează tehnologia benzii extinse sunt staţionare, în timp ce companiile importante de telecomunicaţii sunt interesate în primul rând de conectarea locaţiilor comerciale şi rezidenţiale care cuprind concentrări mari de potenţiali clienţi. În consecinţă, aşa cum observa Manuel Castells, dacă nu se face nimic, „se poate întâmpla ca, în timp ce grosul maselor va avea acces la *Internet*, în cele din urmă, prin linia de telefon, elitele să fi evadat, deja, într-un circuit mai performant al *cyberspace*-ului", creând noile diviziuni digitale [Castells, 2001, p. 256]. Oricum, dacă accesul prin bandă extinsă este esenţial pentru realizarea şi utilizarea potenţialului deplin al *Internet*-ului, şi eu aş susţine că este, responsabilii politici trebuie să se gândească mult şi intens la un nou principiu al serviciului universal pentru epoca digitală.

Unii observatori argumentează că îmbunătăţirea (*upgrading*) conectărilor telecomunicaţionale domestice va deveni progresiv mai puţin importantă, o dată ce serviciile de transmisie digitală cu capacitate interactivă şi cu *Internet* vor deveni forma de bază a televiziunii domestice. Deşi optimismul iniţial generat de sistemului de transmisie digital a fost diminuat de recentul colaps al ITV Digital şi de crizele financiare care au copleşit două importante companii britanice de cablu, cei mai mulţi comentatori sunt de acord că serviciile analoge vor fi, în cele din urmă, închise, iar televiziunile vor deveni digitale, deşi mulţi prevăd că procesul va dura mai mult decât data originală a Guvernului, anul 2010. Oricum, putem începe deja să vedem cum este organizată capacitatea interactivă a televiziunii digitale.

O opțiune este reprezentată de serviciile prin satelit ale Sky. Ele oferă mai degrabă oportunități de a face cumpărături decât un spațiu pentru dezbateri, participare și creativitate. În 1999 ele au lansat serviciul *Open*, construit în jurul unui *shopping mall* virtual, care conține tipurile de magazine și alte servicii (precum băncile) pe care le poți găsi într-un *mall* adevărat. Nu a fost un succes. Utilizatorii au respins ideea de a-și întrerupe vizionarea obișnuită pe *Internet* pentru a „intra" și a consulta oportunitățile și ofertele de vânzare. Ca răspuns, Sky a adoptat o nouă strategie, integrând oportunitățile de *shopping* direct în programe și permițând accesul direct de la *menu*-ul principal al programului lor. Această accesare fără întrerupere a materialului este construită cu grijă. Așa cum preciza directorul departamentului managerial, „noi nu suntem în concurență cu PC. Noi suntem în concurență pentru o porțiune de patru ore pe zi în care oamenii stau în fața aparatului pentru a se relaxa. Interactivitatea trebuie să fie o parte integrantă a experienței de vizionare" [Florsheim, 2001, p. 2]. În această viziune, interactivitatea se reduce la oportunitățile de *shopping* inserate într-un flux de programe de vizionare relaxante.

Spre deosebire de opțiunea Sky, *site*-ul public de *Internet* al BBC oferă o viziune cu totul diferită a viitorului. Aici *Net*-ul este utilizat pentru a dezvolta o serie de facilități care amplifică și continuă impulsul dat de programele prin *e-mail,* discuțiile *on-line* și materialele și legăturile *web* adiționale. Aceasta este o enormă resursă valoroasă și dezvoltarea sa este esențială pentru o concepție renăscută a serviciului public de transmisie, desemnat pentru un mediu digital. Unii observatori merg mai departe și îl văd ca pe o ofertă a unei alternative comprehensive la accesul bazat pe computer. Așa cum atrăgea atenția un raport recent referitor la „închiderea" care însoțește diviziunea digitală, de când „televiziunea este ubicuă", în casele mai sărace „televiziunea digitală poate să ofere o mai probabilă viitoare sursă pentru accesul acasă în aceste zone" [Departamentul de Comerț și Industrie, 2000]. Aceasta este o greșeală. Emițătorii, oricât ar fi de bine intenționați, sunt în primul rând interesați de promovarea propriilor lor programe, „lustruind" imaginea mărcii lor și căutând creșterea în intensitate a loialității telespectatorilor lor. Ei nu sunt prezenți în afacerile de utilizare a *Internet*-ului în alte scopuri. Există, de asemenea, dubii referitoare la următorul fapt: o tehnologie mai „pasivă", precum televiziunea, poate fi eficient substituită de o tehnologie care cere o participare mai „activă", așa cum este accesul la *Internet* prin computer. Oamenii au nevoie să se relaxeze și să fie satisfăcuți și stimulați prin programe profesioniste, la fel de mult cum au dreptul de a participa și a se face auziți cu propriile lor voci. În același timp, deoarece BBC rămâne una dintre instituțiile cele mai de încredere din țară, ea ar putea juca un rol foarte important ca poartă de intrare spre *Internet* preferată de public, oferind primul „port" pentru utilizatorii care doresc un ghid autorizat, demn de încredere, pentru a afla informații despre legături și resurse disponibile referitoare la probleme care îi preocupă și îi interesează.

De aceea, în viitorul apropiat, trebuie să ne asumăm faptul că principalele porți către accesul deplin la *Internet* vor rămâne în continuare computerele

personale, iar politicile în domeniu trebuie adaptate acestui fapt. Dar, pentru a realiza acest deziderat, trebuie să gândim dincolo de simplele dihotomii determinate de ideea „diviziunii digitale" şi să vedem accesul la *Internet* ca pe un drept contemporan, care poate fi doar uneori transpus într-o oportunitate autonomă prin recunoaşterea întregii categorii de resurse pe care o reclamă.

BIBLIOGRAFIE

1. CASTELLS, MAUNEL, *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*, Oxford, Oxford University Press, 2001.
2. ⁂ Department of Trade and Industry, *Closing the Digital Divide: Information and Communication Technologies in Deprived Areas [An Executive Summary of the Report by Policy Action Team 15]*, London, Department of Trade and Industry, 2000.
3. FLORSHEIM, JOHN, *Sky Active Gets More Active*, Speech to the IEA Conference, 12 November, 2001.
4. GOODMAN, ALISSA, *Income Inequality: What Has Happened under New Labour?*, „New Economy", Volume 8, Issue 2, June, 2001, p. 92–97.
5. MURDOCK, GRAHAM, *Rights and Representations: Public Discourse and Cultural Citizenship*, în: Jostein Gripsrud (ed), *Television and Common Knowledge*, London, Routledge, 1999, p. 7–17.
6. ⁂ National Telecommunications and Information Administration (1999) *Falling Through the Net: Defining the Digital Divide*, în: Benjamin M. Compaine (ed), *The Digital Divide: Facing A Crisis of Creating A Myth?*, Cambridge Mass, The MIT Press, 2001, p. 17–46.
7. NORRIS, PIPPA, *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide* Cambridge, Cambridge University Press, 2001.
8. POWELL, ADAM CLAYTON III (2001), *Falling for the Gap: Whatever happened to the Digital Divide*, în: Benjamin M. Companine (ed), *op. cit.*, p. 309–314.
9. ⁂ US Department of Commerce, *Falling Through the Net: A Report on the Telecommunications and Information Technology Gap in America*, Washington DC, US Department of Commerce, 1999.
10. WILHELM, ANTHONY G., *Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace*, London, Routledge, 2000.

Traducere de *Simona Ştefănescu*

DISCURS COTIDIAN *VERSUS* DISCURS CEREMONIAL. MEDIATIZAREA VIZITEI LUI GEORGE W. BUSH ÎN ROMÂNIA

SIMONA ŞTEFĂNESCU
ANCA VELICU

Obiectivele generale ale acestei cercetări au fost, pe de o parte, *identificarea* practicilor de mediatizare a problematicii integrării României în structurile euro-atlantice (NATO şi Uniunea Europeană), iar pe de altă parte *analiza* acestor practici.

În ceea ce priveşte primul obiectiv, rezultatele evidenţiază faptul că, în general, există două tipuri de practici de mediatizare a fenomenului studiat: în primul rând, tipul de mediatizare *cotidian*, continuu, prin intermediul ştirilor şi al altor produse *media* transmise în mod uzual şi, în al doilea rând, tipul de mediatizare *excepţional*, care este practicat cu ocazia anumitor evenimente politice.

Mediatizarea cotidiană a temei integrării are ca efect indus *naturalizarea* ei, în sensul strict în care acest termen este utilizat în studiile culturale, adică „procesul de a reprezenta ca natural ceea ce este cultural şi istoric" [O'Sullivan *et al.*, 2001, p. 224]. În acest fel, tema integrării euro-atlantice este percepută ca o problemă comună, de interes general şi inclusă în agenda cotidiană – nu doar în agenda *media* şi în agenda politică, ci şi în agenda publicului.

Pe de altă parte, cel de-al doilea tip de mediatizare are ca efect inducerea unui plus de *excepţionalitate* anumitor evenimente politice. Prin urmare, constatăm că aceeaşi temă – integrarea – poate fi prezentată şi reprezentată în două moduri contrare: fie ca un fapt natural, aproape ca un fapt de viaţă, fie ca un fapt excepţional, capabil în sine să legitimeze un eveniment şi să-i confere notorietate.

În ceea ce priveşte cel de-al doilea obiectiv, asupra căruia ne-am concentrat mai mult atenţia, am analizat practicile de mediatizare din două perspective specifice unor abordări distincte din studiile comunicării de masă: *construcţia mediatică* a temei şi *receptarea* respectivelor produse *media*.

Din motive pragmatice, cercetarea noastră empirică s-a focalizat asupra a două evenimente politice, vizita preşedintelui american George W. Bush în România (vizită care a însoţit invitaţia făcută României, la Praga, de aderare la NATO) şi referendumul pentru modificarea Constituţiei României, inclusiv campania de publicizare a acestuia. Din perspectivă teoretică, mediatizarea ambelor evenimente aparţine celui de-al doilea tip, identificat mai sus. În acest studiu vom prezenta rezultatele cercetării realizate asupra primului eveniment menţionat: vizita, din noiembrie 2002, a preşedintelui american în România.

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 325–359, Bucureşti, 2004

MEDIATIZAREA VIZITEI PREŞEDINTELUI AMERICAN GEORGE W. BUSH ÎN ROMÂNIA. CONSTRUCŢIA UNUI *MEDIA EVENT*

Pentru îndeplinirea obiectivului de cercetare care viza identificarea practicilor de mediatizare a integrării României în structurile euro-atlantice, am realizat un studiu punctual având ca obiect vizita pe care preşedintele SUA, George W. Bush, a făcut-o la Bucureşti în data de 23 noiembrie 2002. Această vizită a urmat invitaţiei de aderare a României în Alianţa Nord-Atlantică. Am considerat cele două evenimente, care au avut loc la două zile distanţă unul de celălalt (vizita preşedintelui american postfaţând invitaţia făcută României, la Praga, de aderare la NATO), ca fiind strâns legate între ele şi, de aceea, din punctul nostru de vedere, vizita trebuia analizată în contextul creat de evenimentul care a precedat-o. Cele două momente se disting prin practica specifică de mediatizare, practică determinată de identificarea lor ca forme de *media events* transformative.

Perioada de timp care a încadrat vizita preşedintelui american poate fi caracterizată ca o perioadă de efervescenţă jurnalistică, pentru că ea a provocat ample comentarii mediatizate, atât în presa scrisă centrală şi locală, cât şi în *media* audiovizuale. Toate posturile de televiziune cu acoperire naţională au transmis în direct vizita preşedintelui american, transmisii precedate şi urmate, la rândul lor, de spaţii ample de comentarii, *talk-show*-uri şi documentare TV dedicate evenimentului. Mai mult, vizita a avut şi o acoperire mediatică internaţională, marile agenţii de presă şi reţele de televiziune, ca şi cotidianele occidentale importante relatând, mai mult sau mai puţin detaliat, acest subiect.

Cercetarea noastră a avut două obiective majore: pe de o parte, am analizat modalităţile în care presa scrisă românească s-a raportat *a posteriori* la eveniment, mai precis măsura în care acesta a fost tratat ca fiind un *media event*, iar pe de altă parte, am încercat să aflăm coordonatele mediatizării evenimentului în presa scrisă.

Vizita a fost abordată şi analizată din numeroase perspective, în special jurnalistice, politologice şi economice. Prin acest studiu, noi propunem o abordare a subiectului din perspectiva sociologiei şi a ştiinţelor comunicării, ceea ce înseamnă, din punctul nostru de vedere, o raportare nu atât la cauzele sau efectele vizitei, cât, mai ales, la vizită ca atare. Considerăm că o astfel de abordare presupune a pune în prim-planul analizei *evenimentul* şi, deocamdată cu titlu ipotetic, *acţiunea simbolică a acestuia.*

PREMISELE CERCETĂRII. PERSPECTIVE CONCEPTUALE ŞI TEORETICE

DEFINIŢIA EVENIMENTULUI

În articolul său intitulat *L'événement monstre*, Pierre Nora (1972) porneşte de la constatarea că esenţa evenimentului a cunoscut schimbări importante începând cu cea de-a doua jumătate a secolului al XIX-lea. *Evenimentul modern*, apărut atunci, are ca principală caracteristică faptul că, pentru a fi perceput ca atare, el trebuie să fie cunoscut – or, a fi cunoscut în modernitate echivalează cu a fi mediatizat. Prima

caracteristică a evenimentului modern este, deci, legătura sa indisolubilă cu *mass-media*, simbioza lor perfectă. Însăşi legea funcţionării acestei asocieri este cea care generează mult denunţata „foame de evenimente", tradusă, în realitate, prin existenţa, la nivelul fiecărei *media* în parte, a unui întreg sistem de detectare a acelor fapte/realităţi/acţiuni care pot fi transformate în şi vândute ca evenimente.

A doua caracteristică esenţială a evenimentului modern este datorată unui „nou tip de evenimenţialitate" care, la rândul său, este rezultatul a trei metamorfoze care au avut loc la nivelul evenimentului. Prima face ca evenimentul modern să nu se mai definească prin caracterul său istoric, ci să fie racordat la faptul divers, racordare care îl face concordant cu imaginarul maselor şi îi determină, de asemenea, pierderea semnificaţiilor intelectuale, în beneficiul „virtualităţilor emoţionale". A doua metamorfoză are loc prin faptul că evenimentul este acum teatralizat. Această teatralizare acţionează nu numai direct asupra evenimentului, ci şi indirect, prin deformarea percepţiei temporale. Astfel, timpul în care se manifestă „voyeurismul" specific dramatizării capătă o anumită ambiguitate: pe de o parte, el este „actualitatea însăşi", şi se raportează ca atare la istorie, dar, pe de altă parte, tocmai prin procesul de teatralizare, actualitatea îşi capătă „son parfume déjà historique" [Nora, *Le retour de l'événement, apud* Neveu şi Quéré, 1996, p. 8]. În sfârşit, cea de-a treia metamorfoză are loc prin transformarea tradiţionalei fobii de evenimente (acestea fiind văzute ca aducând noutate şi, deci, ruptură, într-o societate în care valoarea supremă era conservarea unei stări de fapt) într-o „foame" de evenimente şi chiar o inflaţie evenimenţială.

Noutatea pe care o aduce Nora definiţiei date evenimentului modern constă în perceperea şi caracterizarea lui oarecum din afară, prin anumite trăsături esenţiale, dar care nu sunt legate de faptul însuşi care face obiectul evenimentului. El nu se mai defineşte factual, ci prin asocierea cu *mass-media* şi noul tip de evenimenţialitate. În aceste condiţii, evenimentul devine un construct complex, ceea ce nu înseamnă că este un construct artificial, datorat în exclusivitate *mass-media,* pentru că el are întotdeauna un referent real, factual, care nu mai constituie, însă, elementul său definitoriu, esenţial.

Avem de-a face, la acest nivel, cu o adevărată schimbare de paradigmă ştiinţifică[1], noua paradigmă deschizând calea curentului constructivist[2], care a

[1] Folosim conceptul de paradigmă în înţelesul pe care i-l dă Thomas Kuhn, 1976.

[2] La sugestia profesorului Dumitru Sandu, amintim aici despre tendinţa care se manifestă în ontologie şi în filosofia ştiinţei, de a defini în termeni cât mai stricţi concepte uzuale, precum cele de „stare", „eveniment" sau „proces". În acest sens, Mario Bunge [1984, p. 107–136], în încercarea lui de a delimita un „cadru teoretic", propune definirea evenimentului ca „schimbare de stare" (p. 107), stare care, la rândul ei, este descriptibilă prin variabilele de stare sau funcţiile de stare. Definiţia lui Bunge ne-ar îndreptăţi să spunem că este preferată o paradigmă realistă, opusă celei constructiviste, în care ne-am plasat noi cercetarea. Vedem, însă, imediat, că acest „realism brut" se menţine doar la nivel ontologic, pe când la nivelul filosofiei ştiinţei intră în scenă şi receptorul sau subiectul cunoscător. Astfel, ni se spune că *„reprezentarea* noastră despre o astfel de stare va depinde de funcţia de stare aleasă ca să reprezinte lucrul – a cărei alegere depinde, la rândul său, de starea cunoaşterii noastre, ca şi de scopurile noastre" (p. 123). Deşi nu se ajunge la constructivism, totuşi, din punctul nostru de vedere, o astfel de definiţie reprezintă un prim pas în această direcţie.

apărut în ştiinţele umane[3]. Ideea de bază a acestui curent care, ulterior, a cunoscut rafinări, variaţiuni şi reinterpretări, este aceea că „*media* nu descriu o realitate obiectivă, existentă în sine, cât o construiesc; lumea configurată prin ştiri este o realitate construită" [Neveu şi Quéré, 1996, p. 10]. Unele din aceste constructe mediatice se delimitează de restul evenimentelor pentru că, pe de o parte, referentul lor este, în sine, un fapt excepţional, iar pe de altă parte, *media* au un comportament specific în ceea ce le priveşte. Aceste constructe poartă denumirea de *media events*.

DEFINIŢIA MEDIA EVENT-ULUI

Termenul de *media event*[4] (sau, în literatura franceză, *„une grande cérémonie télévisée"*, în traducere aproximativă *„o mare ceremonie televizuală")* a fost impus şi conceptualizat ca atare în literatura de specialitate de către Daniel Dayan şi Elihu Katz. Ei au arătat [1992, p. 8–9] că se poate constitui o clasă de evenimente mediatice, în sens larg, care au anumite caracteristici comune ce le deosebesc de alte evenimente *media*. Aceste caracteristici comune, în totalitatea lor, definesc *media event*-ul. Sunt necesare toate şi nici una suficientă. Astfel: ***a.*** evenimentul este preplanificat; ***b.*** el poate fi întrerupt (această caracteristică se traduce, în termenii lui C. Rivière [2000, p. 77–97] prin existenţa, alături de structura propriu-zisă a ceremoniei, a antistructurii, constituite din acele elemente întâmplătoare, accidentale care pot să survină pe parcurs); ***c.*** este „în direct" dar, în acelaşi timp, îndepărtat; ***d.*** are un caracter reverenţios; ***e.*** electrizează audienţe foarte largi şi impune „norme" de vizionare specifice (acest lucru implică dublarea fluxului comunicării de masă cu un flux al comunicării interpersonale). Cei doi autori au identificat cinci cadre prin care poate fi abordat *media event*-ul: cercul persuasiunii, paradigma critică, antropologia ceremonială, cercetarea gratificaţiilor şi teoria tehnologică [Dayan şi Katz, 1992, p. 221–234], ei optând pentru antropologia ceremonială ca perspectivă de studiu.

Deşi se pot constitui, cum am spus deja, într-o clasă, aceste evenimente nu reprezintă un gen televizual[5], fiind oarecum atipice din această perspectivă. Astfel, publicul vizat este colectivitatea în ansamblu, lucru neobişnuit pentru televiziunea

[3] Eliseo Veron îşi intitulează una dintre cărţi *Construire l'événement*, *apud* E. Neveu şi L. Quéré, 1996, p. 9.

[4] Vom utiliza pe parcursul studiului conceptul de *media event* ca atare, preluat din limba engleză. Considerăm că înţelesul conceptului de „eveniment media", traducerea fidelă a termenului englezesc, acoperă, în limba română, o sferă mult mai largă, el nefiind superpozabil cu înţelesul conceptului de *media event* (sau *„une grande cérémonie télévisée")*.

[5] Astfel, fie că este definit în maniera lui François Jost, ca fiind „o promisiune specifică prin tipul de flux, printr-un mod enunţiativ, printr-un ton anume şi prin modurile sale de discurs..." [Jost, 1997, p. 28], fie că este înţeles ca „un tip de text", aflându-se, deci, sub incidenţa „contractului de comunicare" încheiat între doi parteneri, aceasta fiind una dintre diferenţele faţă de promisiune ca act unilateral [Charaudeau, 1997, p. 84–85], genul televizual implică viziunea unui public fragmentat, specificat, mai corect fiind să vorbim despre existenţa unor tipuri de public specifice, vizate de genuri anume.

de astăzi, „care nu a încetat să evolueze către fragmentare" [Dayan şi Katz, 1995, p. 164]. Totuşi, această colectivitate nu este una prestructurată, în care *mass-media* doar inserează mesaje, ci de data aceasta *media* creează reţele sociale noi. „Vedem, deci, că *media event*-urile pot să-şi creeze propriile structuri de sprijin" [Dayan şi Katz, 1992, p. 16]. Pe de altă parte, spre deosebire de genurile televizuale, puterea *media event*-urilor „rezidă, înainte de toate, în realizarea întregului potenţial al tehnologiei mediilor electronice, punere în lucru care este foarte rară" [*ibidem,* p. 15]. Ceea ce însă pare să le facă cu adevărat distincte este potenţialul lor de a impune centrului evenimentului un caracter de platou hollywoodian, fapt prin care „originalul devine un studio" [*ibidem,* p. 17]. „Astfel, cucerind spaţiu în acest mod fundamental, televiziunea face ca evenimentul să se mute de pe pământ «în aer»" *(ibidem).* Remarca lui W. Benjamin din 1968, conform căreia „televiziunea face ca reproducerea să fie la fel de impresionantă că originalul" este, spun cei doi autori, depăşită în cazul *media event*-ului, unde „reproducerea este şi mai impresionantă decât originalul".

MEDIA EVENT-URILE DE TIP TRANSFORMATIV

Dayan şi Katz au tipologizat aceste evenimente în „ceremonii" cu aspiraţii „normative", pe de o parte, şi „ceremonii" cu aspiraţii „novatoare", pe de altă parte.

Evenimentele din prima categorie au rolul de a aminti societăţii necesitatea reînnoirii ataşamentului faţă de valori, funcţii şi/sau persoane care le reprezintă. Din acest punct de vedere, ele sunt *hegemonice* [Dayan şi Katz, 1995, p. 163]. Pe de altă parte, evenimentele din cea de-a doua categorie apar într-un alt context şi au o altă funcţie, diferită de simpla reproducere a unei anumite stări de fapt (valori, ierarhii, mecanisme de control şi conducere) existente deja într-o societate. Ceremoniile novatoare, care se mai numesc şi ceremonii „transformative", au loc într-un context în care o anumită stare conflictuală a devenit latentă. În acest sens, ceremonia reia o problemă de mult timp blocată, problemă la care există o soluţie oficială, nemulţumitoare la nivelul societăţii. Astfel, ceremoniile transformative încearcă şi reuşesc să impună lucruri noi într-o societate aşezată, mai ales în planul simbolurilor, dar nu numai, ele putând acţiona şi în planul realităţilor. Din acest motiv ele sunt, în viziunea celor doi autori, *transformative*, adică „anunţă şi prefigurează schimbarea". Această schimbare are loc prin ceea ce Dayan şi Katz numeau „magia" specifică acestor evenimente, magie care se traduce prin faptul că „difuzarea ceremonială a unei propuneri de schimbare poate, de fapt, să introducă acea schimbare" *(ibidem).* Este vorba, deci, de studiul – în termenii lui C. Lévi-Strauss – unei „eficacităţi simbolice" sau al unui „efect performativ al ceremoniei", cu precizarea că, în acest caz, ceea ce induce performativitatea depăşeşte registrul discursiv, el incluzând, de exemplu, şi registrul gestual.

Întrebarea care se pune, aşadar, este prin ce anume, în cadrul acestor ceremonii transformative, posibilul se impune ca real, în ce constă specificitatea lor? Răspunsul celor doi la această provocare este că „aceste evenimente constituie

nu doar ceremonii, ci chiar ritualuri; adică forme eficace de acţiune simbolică" [*ibidem,* p. 168]. A spune că sunt forme de acţiune simbolică nu rezolvă problema explicitării acestora, ci, mai degrabă, o deschide pe trei noi planuri de cercetare: ***1.*** ce sunt aceste ceremonii transformative; ***2.*** ce fac ele; ***3.*** cum fac ceea ce fac.

Ce sunt ceremoniile transformative deja am spus: ele sunt „prezentări de o manieră solemnă ale unei propuneri de schimbare radicală", prin aceasta „invitând o societate întreagă să o ia în considerare" *(ibidem).* Ceea ce fac ele este, pe de o parte, să arate că există alternativă la o doctrină stabilită, relativizând astfel orice credinţă într-un adevăr univoc, iar pe de altă parte să acţioneze introducând noi percepţii asupra posibilului [*ibidem,* p. 165]. Aceasta se traduce prin deschiderea spre o nouă alternativă, care însă generează o stare disonantă: cele două soluţii – cea veche, oficială şi cea nouă – sunt, în mod clar, discordante; or, acceptarea noii propuneri nu s-ar putea face decât în contextul renegării, adeseori violente (ca în cazul revoluţiilor), a soluţiei anterioare, creând astfel ruptura necesară implementării ei. Dayan şi Katz relevă soluţia pentru rezolvarea acestei disonanţe, care provoacă disconfort atât la nivel individual, cât şi la nivelul întregii societăţi: *în acest punct* acţionează, la nivel simbolic, ceremoniile transformative, propunând un nou cadru de referinţă. Prin aceasta avem de-a face cu un proces transformativ: prin el nu se „aruncă" un anumit trecut, ci se integrează transformat. Propunerea unui nou cadru de referinţă înseamnă propunerea unei noi percepţii spaţio-temporale. Astfel, se permite recurgerea la noi soluţii, de neconceput (adică disonante) înainte. „Ceremonia, ea însăşi, se prezintă ca modelul redus al unei noi ere" *(ibidem).* Sarcina ceremoniilor transformative este, aşadar, realizarea unui recadraj spaţio-temporal, necesar pentru a face posibilă soluţia alternativă la o stare de conflict latent existentă. Rămâne de răspuns la cea de-a treia întrebare: cum fac ele ceea ce fac, cum îndeplinesc această sarcină ?

Răspunsul la această întrebare este că, pe de-o parte, are loc o *redefinire temporală*, care constă în catalogarea, ca fiind revolut, a trecutului apropiat, uneori chiar foarte apropiat, şi deschiderea simbolică spre o nouă perioadă caracterizată prin noi valori, noi simboluri şi, nu în ultimul rând, prin noi mentalităţi, noi reprezentări sociale.

Ceremonia reprezintă, astfel, un moment *liminal*, o întrerupere a timpului social rutinier. Există o „ingratitudine" a ceremoniei de acest tip: ea intervine la un moment dat în istorie şi, prin aceasta, într-o anumită măsură, este produsul acestei istorii, dar, în acelaşi timp, se desolidarizează de istoria al cărei produs este prin proclamarea unui nou tip de viitor care atrage după sine „reorganizarea retrospectivă a istoriei care a dus la acel moment ceremonial", iar acest proces duce la reorganizarea memoriei colective.

Dat fiind contextul istoric în care are loc vizita, anume la două zile de la invitarea adresată României de a adera la NATO, orientarea clară a României spre valorile occidentale, precum şi „venirea americanilor", prin reprezentantul lor suprem, fac ca perioada revolută să fie comunismul, în ciuda faptului că, oficial, acesta căzuse cu 13 ani în urmă.

Dintr-o altă perspectivă, însă, perioada de timp pe care o „închide" vizita lui George W. Bush la Bucureşti ar putea fi tranziţia. În articolul său *L'événement rituel: médias et ceremonies politiques. La Place de l'Université à Bucarest en décembre 1990* (1996), Mihai Coman propunea o interpretare a evenimentului *Piaţa Universităţii–1990,* văzut şi el ca un *media event*, exprimând „criza tranziţiei printr-un amplu ritual de trecere" [1996, p. 15]. Astfel, explică M. Coman, urmându-l pe Victor Turner, ritualurile de trecere se desfăşoară pe următoarea structură: de la o fază de *societas*, fază în care un sistem este „bine structurat, diferenţiat şi ierarhizat", se trece, o dată cu resimţirea unei ameninţări şi ca reacţie de control a acesteia, la faza de *communitas*, stare intermediară, „nestructurată şi relativ nediferenţiată a indivizilor egali supuşi autorităţii generale a oficiantului ritului" *(ibidem).* Prin această trecere, ritualul instaurează o perioadă de interval, de liminalitate, ce reprezintă eliberarea de constrângerile culturale şi sociale. Trecerea se explică astfel: „perioada liminală şi starea de *communitas* sunt realizate în cadrul ritualului, prin dezmembrarea *(dis-membering)* sistemelor uzuale de comportament..." [*ibidem,* p. 16]. Această fază este bogată simbolic, dat fiind că numărul combinaţiilor posibile între elementele proaspăt eliberate în urma dezmembrării este practic infinit. Însă, o dată epuizate aceste configuraţii „suportabile doar în cadrul simbolic al ritului", se trece la o „reconstrucţie a structurilor socio-culturale *(re-membering)*" *(ibidem).*

Plasând evenimentul Piaţa Universităţii în acest cadru teoretic, M. Coman îl interpretează ca reprezentând o încercare, eşuată însă, de *re-membering* social. Văzând în proaspăt începuta, pe atunci, perioadă de tranziţie (de la regimul comunist la un regim democrat) o perioadă de liminalitate „marcată prin dezmembrarea brutală a structurilor existente", proces care a avut loc în timpul revoluţiei din decembrie 1989, autorul citat consideră că evenimentul pe care îl studiază încearcă să închidă în mod simbolic ciclul acestui ritual de trecere. Însă tot el recunoaşte că eforturile de *re-membering* sunt „răzleţe, contradictorii şi niciodată împlinite" *(ibidem).*

Urmând această interpretare, putem spune, cu titlu de ipoteză (vezi ipoteza nr. 2), că ceremonia care a avut loc la 23 noiembrie 2002 închide, abia acum, această perioadă liminală începută în decembrie 1989 şi acutizată în 1990, în timpul evenimentului Piaţa Universităţii. Oricare ar fi însă perioada pe care o închide ceremonia pe care o studiem – perioada de tranziţie sau comunismul însuşi (cu toate că trebuie să menţionăm că cele două nu se află neapărat într-un raport de excludere reciprocă) – cert este faptul că intrarea într-o nouă eră face ca perioada anterioară să devină revolută, să fie privită ca un trecut *definitiv* depăşit şi îndepărtat.

Pe de altă parte, are loc o *redefinire şi o redimensionare spaţială.* Această operaţiune simbolică are loc în două direcţii: ***1.*** prin remodelare spaţială şi ***2.*** prin repunerea în chestiune a parametrilor geografici ai construcţiei identităţii. În general, această transformare spaţială se joacă, la nivel simbolic, pe tema insularităţii. În cazul nostru, putem spune că mai degrabă mitul din spatele ceremoniei a fost cel al reintegrării, al regăsirii. Ne bazăm din nou, în interpretarea

aceasta, pe contextul istoric. Astfel, abia acum, prin această mare „punere în scenă" – care vine să confirme şi să consolideze o recunoaştere oficială, deja făcută, cu două zile înainte, la Praga – ieşim simbolic din spaţiul de influenţă al fostei Uniuni Sovietice, cu care ne-am şi învecinat un timp, pentru a intra sub „umbrela NATO".

În acest fel, anumitor limite care definesc strict spaţial teritoriul, li se adaugă o încărcătură simbolică ce poate să îl redefinească. Astfel, în cazul nostru, vechea structură care împărţea – uneori şi la modul fizic (prin Zidul Berlinului, de exemplu) – spaţiul în „sfera de influenţă rusească" şi „sfera de influenţă a NATO" (între cele două existând o disjuncţie exclusivă), face acum loc unei noi structuri, în care integrarea spaţiului românesc într-una din sfere, cea a Alianţei Nord-Atlantice, nu mai exclude o bună relaţie cu Rusia, ba, mai mult, chiar o presupune.

În acest punct, considerăm că interesant ar fi să amintim articulările teoretice realizate de antropologul Vintilă Mihăilescu referitoare la locul pe care îl ocupă ideea de frontieră în imaginarul românesc. Analizând *mitul strămoşului* – care se dezvăluie în cele din urmă mai degrabă ca fiind *complexul strămoşului* – V. Mihăilescu identifică două caracteristici ale formării naţiunii române: „***1.*** Comunitatea naţională se constituie ca subiect al independenţei, nu al libertăţii şi ***2.*** Comunitatea naţională se constituie simultan ca subiect al modernităţii şi al tradiţionalităţii" [V. Mihăilescu, apud Gabriela Adameşteanu, 1997, p. X].

Prima caracteristică arată limpede, susţine autorul, valoarea excepţională pe care a avut-o conceptul de apărare a frontierelor în imaginarul românesc. Această valoare colectivă surclasează de departe alte valori individuale, cum ar fi libertatea, de exemplu. În acest fel, „pentru populaţia românească, sfâşiată între marile imperii, ţelul nu a fost libertatea, ci independenţa (...). Construită pe valorile independenţei, «fiinţa naţională» are astfel o constituţie înclinată spre frontierele independenţei sale – fiind astfel mereu vulnerabilă la ameninţările, reale sau imaginare, ale acestor frontiere" (*ibidem,* p. XI).

În acest sens, în cazul pe care îl studiem, „mitul salvatorului" (care îmbracă, în cazul de faţă, forma „venirii americanilor"), împreună cu tema regăsirii şi reintegrării în marea familie europeană din care facem, de fapt, parte (pe care, am văzut mai devreme, se sprijină ceremonia analizată aici), par a fi în discordanţă cu „fiinţa naţională", sau, cel puţin, cu modul în care ne apare ea dacă ne raportăm la prima caracteristică, identificată de V. Mihăilescu, a formării naţiunii române. Cu a doua caracteristică, însă, tema reintegrării devine conceptibilă, chiar dacă nu într-o logică coerentă, ci mai degrabă în una ambivalentă. Dintr-o astfel de perspectivă, devine de înţeles necesitatea trăirii mai întâi la nivel ceremonial, a schimbării. Ceremonia ca atare devine esenţială pentru depăşirea momentului „angoasant" al schimbării.

Procesual, ceremoniile transformative implică cinci etape: prima etapă este reprezentată de acea „perioadă latentă în care evenimentul este de negândit". Aici, în prim plan este publicul, care are „un rol esenţialmente pasiv, pentru că este vorba despre un public resemnat, deposedat de aspiraţiile sale, redus la tăcere" [Dayan şi Katz, 1995, p. 180]. A doua etapă este cea în care are loc anunţul evenimentului ceremonial. Într-un model al dialecticii hegeliene, acest moment

reprezintă antiteza. El „vine să contrazică credințele stabile" [*ibidem*, p. 174]. În centrul scenei, în acest moment, sunt organizatorii, în speță gazdele, ceea ce mărește într-un fel confuzia, deoarece aceștia sunt, în cele din urmă, reprezentanți ai timpului care va deveni revolut în urma ceremoniei.

Următoarea fază aparține evenimentului propriu-zis, care se deschide – mai mult din motive care țin de registrul tehnic decât de vreo trăsătură esențială a ceremoniei – mai întâi la nivel gestual. Această fază reprezintă un fel de definiție ostensivă a viitorului, în prim plan fiind acum *mass-media*, cele care transmit și care, prin aceasta, îi dau o anumită semnificație aparte, oferă acest prim contact. Dacă am merge mai departe pe modelul hegelian, această etapă ar reprezenta sinteza, care înglobează fazele anterioare antagonice prin ridicarea la un alt nivel (prin recadraj – în cazul nostru).

Faza a patra, care cuprinde registrul discursiv, este considerată de mulți teoreticieni, dar mai ales de mulți jurnaliști, ca reprezentând apogeul, punctul de tensiune maximă al ceremoniei. În acest moment are loc confruntarea propriu-zisă dintre vechi și nou. Aici, „ca Arlequin, evenimentul se va afla în serviciul a doi stăpâni" *(ibidem)*. Deși avem de-a face atât cu discursul gazdei, cât și cu cel al invitatului, totuși, cel din urmă este actorul principal din această scenă, deoarece el este cel care propune, adică aduce în fața publicului soluția nouă.

În fine, cea de-a cincea etapă, care vine după ce evenimentul a fost deja consumat, este faza evaluării, în care se apreciază în ce măsură soluția propusă ca posibilă a devenit în fapt reală. În acest punct rolul revine publicului, dar nu acelui public pasiv și aflat într-o stare de letargie din prima fază a ceremoniei, ci unui public activ care a căpătat o oarecare conștiință civică în spațiul public deschis de ceremonie și care și-o exersează acum printr-o atitudine evaluativă.

LOCUL *MEDIA EVENT*-URILOR ÎN CADRUL COMUNICĂRII POLITICE

Departe de a reprezenta o simplificare a acțiunii politice printr-o simplă dramatizare a acesteia, ceremonialul transformativ este, considerăm noi, cea mai complexă formă de comunicare politică. Încercând să cuprindă „multiple decupaje politice conceptuale" prin care poate fi „prinsă" comunicarea politică, André Gosslin găsește că la nivelul acesteia pot exista nu mai puțin de șase feluri de acțiune. Astfel, într-o metateorie a comunicării politice, el delimitează șase determinante cu care se poate „citi" orice proces de comunicare politică: acțiunea comunicațională, dramaturgică, teleologică, axiologică, cea prin *habitus*, și cea emoțională [Gosslin, 1995, p. 21]. Deși, în general, ceremonia politică este văzută ca fiind doar acțiune dramaturgică și nimic mai mult, totuși, din punctul nostru de vedere, ceremonia transformativă conține toate cele șase forme de acțiune politică. Acțiunea comunicațională are loc în faza ultimă, a evaluării; acțiunea teleologică apare în măsura în care evenimentul este unul novator, fiind îndreptat în consecință spre un țel bine definit; mai departe, ceremonia este acțiune axiologică în măsura în care noutatea propusă este făcută în numele unor valori; apoi, acționează și prin

obişnuinţă, dat fiind că este un ritual, în speţă unul profan; şi, bineînţeles, acţionează la nivel afectiv-emoţional, mai ales în faza mediană a evenimentului, în care acesta este „trăit" (nu înţeles, nu discutat, nu aşteptat) mai degrabă la nivel umoral.

EDITORIALUL CA GEN REDACŢIONAL

Am realizat, până în acest moment, o încadrare conceptuală şi teoretică a cercetării pe care ne-am propus-o, prin delimitarea paradigmei de lucru, precum şi prin clasificarea evenimentului nostru. Pentru a ne racorda, însă, la obiectivele cercetării, considerăm că trebuie făcute acum câteva precizări referitoare la corpusul empiric pentru care am optat, precizări care vor justifica opţiunea alegerii şi structurării acestuia. Am delimitat un corpus analitic pentru această cercetare, astfel încât să cuprindem atât partea de comentariu, de analiză a evenimentului, adică mediatizarea de tip editorialistic, cât şi acel segment din presa scrisă în care evenimentul este tratat din punct de vedere informativ. Astfel, am studiat pe de-o parte editorialele, în cadrul cărora am inclus şi acele comentarii zilnice, concretizate în rubrici permanente în unele ziare şi semnate de nume cunoscute fie din spaţiul jurnalisticii, fie, mai general, din spaţiul cultural, iar, pe de altă parte, capetele de ziar, ca „generice" sub semnul cărora este plasat evenimentul în registrul jurnalismului de tip informativ. Vom explica în continuare de ce am făcut această disjuncţie în chiar modul de structurare a corpusului empiric.

În orice tip de *media* (fie că este vorba de televiziune sau radio, de presă scrisă săptămânală ori cotidiană sau, mai nou, de presă scrisă pe suport electronic), este o chestiune ce ţine de evidenţă faptul că editorialele sunt diferite de restul materialelor alături de care apar. Cu toată evidenţa acestei constatări, însă, este oarecum dificil de arătat care este raportul exact în care se află cele două tipuri de producţii jurnalistice (editorialele şi produsele din categoria jurnalismului informativ), şi, de asemenea, care este locul anume pe care îl ocupă editorialistul printre jurnalişti, astfel încât, ţinând cont şi de ceea ce am spus mai sus despre caracteristicile evenimentului modern, „să sesizăm contribuţia sa specifică (a editorialistului – n.n., S.Ş., A.V.) la producţia evenimentului" [Riutort, 1996, p. 64]. Există două modalităţi teoretice de a delimita aşa-numita presă de informare de cea de analiză/comentariu. Pe de o parte, această delimitare ni se relevă dintr-o perspectivă oarecum pragmatică, ce urmăreşte raportarea celor două categorii profesionale la eveniment, precum şi constrângerile practice la care este supus editorialistul. Aceste constrângeri îi impun acestuia o modalitate specifică de a aborda evenimentul şi îl determină, în acelaşi timp, să-şi construiască strategii clare de demarcare de restul editorialiştilor[6]. Avem, aşadar, de-a face nu doar cu o delimitare a editorialistului în raport cu restul jurnaliştilor, ci şi în raport cu restul editorialiştilor.

[6] Vezi Philippe Riutort, *Grandir l'événement. L'art et la manière de l'éditorialiste*, „Réseaux", 1996, nr. 76.

Pe de altă parte, putem privi această sciziune, între editorialist şi jurnalistul de informare, din perspectiva jocurilor de limbaj şi a contractului de comunicare[7]. Într-o astfel de perspectivă, ceea ce interesează nu este delimitarea din punct de vedere funcţionalist a rolului pe care îl au cele două categorii de profesionişti ai presei, ci acele „vizări comunicaţionale" specifice contractului şi proiectului de comunicare ce apar – şi mai mult sau mai puţin, transpar – în fiecare dintre formulele textuale care concretizează un gen redacţional [Lochard, 1996, p. 90].

Întorcându-ne la perspectiva pragmatică, precizăm, urmându-l pe Ph. Riutort, că elementul care îi caracterizează într-o primă fază pe editorialişti este atitudinea acestora de „a ţine evenimentul la distanţă" [Riutort, 1996, p. 64]. Prin aceasta, ei practică un jurnalism „la rece" – spre deosebire, de exemplu, de jurnalistul de teren, care trebuie să fie, la modul *fizic*, în punctul cel mai „fierbinte" al evenimentelor. De asemenea, în jurnalismul de tip editorialistic „semnătura" contează – spre deosebire, iarăşi, de jurnaliştii de teren, care de cele mai multe ori se pierd în anonimat. Nu în ultimul rând, editorialul impune, mai mult sau mai puţin, realitatea respectivă descrisă în *acel* mod. Editorialistul se află, astfel, într-o poziţie ambiguă, „la jumătatea drumului dintre jurnalism şi reflexia politică, filosofică sau istorică" [Sauvage, *apud* Riutort, 1996, p. 64]. Însă, pe măsură ce editorialistul tinde să se profesionalizeze, după ce mult timp în istoria jurnalismului acest spaţiu era ocupat de către „marile condeie" fie din sfera literară, fie din cea culturală, în general, are loc o definire mai precisă a „modalităţilor de intervenţie a fiecărui tip de jurnalism" *(ibidem)*. În acest sens, dacă jurnaliştii de informare intervin în chiar procesul de „fabricare" a evenimentului, editorialistul pare să vină *après coup*, cu alte cuvinte, să intervină după ce evenimentul a fost „cadrat", în sensul pe care i-l dă Goffman (1974) acestui concept. S-ar părea astfel că editorialistul nu participă la „construcţia" unui eveniment, ci analiza sa va fi mai degrabă „în jurul" evenimentului care este deja construit. Aceasta este însă doar o falsă impresie. În realitate, editorialistul contribuie decisiv la construcţia evenimentului şi o poate face în două moduri: dacă se păstrează în perspectiva în care deja este plasat evenimentul, printr-o încercare de coerentizare a evenimentului (momentele, elementele, cauzele, consecinţele şi efectele acestuia sunt structurate şi/sau restructurate, astfel încât să rezulte o schemă coerentă); pe de altă parte, dacă schimbă perspectiva, printr-o muncă de reconstrucţie a întregului edificiu care este evenimentul, de la recadrarea specifică, la alcătuirea schemei structurante, a schemei tipizante, în termenii lui Berger şi Luckmann [1999, p. 42]. Deci, editorialistul nu numai că îşi aduce contribuţia la construcţia evenimentului, ci poate, în unele cazuri, să realizeze o reconstrucţie a acestuia.

În acelaşi timp, însă, pot exista evenimente deja mult mediatizate într-o anumită formă, sub o anumită titulatură, pe care este greu, chiar pentru un editorialist de prestigiu – pentru că, în acest proces, prestigiul, „numele" este una

[7] Despre contractul de comunicare, vezi Patrick Charaudeau, *Grammaire de sens et de l'expression*, Hachette, 1992.

dintre variabilele care influenţează cel mai mult reuşita sau nereuşita – să le deformeze, adică să le impună un alt cadraj, opus celui iniţial. Acesta este cazul acelor mari ceremonii televizuale, a *media event*-urilor, în clasa cărora intră şi evenimentul studiat de noi. Cu atât mai interesantă devine într-o astfel de situaţie încercarea de a analiza/comenta evenimentul într-un registru opus celui acreditat deja de către *mass-media* în însuşi timpul desfăşurării evenimentului.

Discursul editorialistului este, aşadar, unul de tip „secund", el „vorbind despre ceea ce deja s-a vorbit". Vom vedea în continuare, pe scurt, ce implicaţii are această secundaritate. În primul rând, discursul editorialistului va trebui să aducă o *plus valoare substanţială*[8], prin care va încerca o demarcare de definiţiile date până la intervenţia sa. În al doilea rând, va încerca o descalificare a confraţilor săi (restul editorialiştilor). În al treilea rând, fiind un discurs secund despre evenimente, el este constrâns de alte elemente decât de evenimentul însuşi. Editorialistul este singurul în acest domeniu care „rămâne stăpân pe timpul său", fapt care, împreună cu celelalte determinante relevate mai sus, duce la ceea ce G. Padioleau (1976) numea „un jurnalism de rutină". În acest fel, editorialistul trebuie să păstreze, pe de-o parte, distanţa fizică faţă de eveniment, iar pe de altă parte, distanţa simbolică faţă de acesta.

IPOTEZELE CERCETĂRII

În acest context conceptual şi teoretic, **ipoteza generală** a fost următoarea: *media (presa scrisă) din România s-au autoraportat la acest eveniment (vizita din 23 noiembrie 2002 a preşedintelui SUA, George W. Bush) ca la un media event de tipul ceremoniei transformative.*

O detaliere a problematicii implicate de ipoteza noastră generală, făcută urmând traseul corpusului teoretic prezentat şi luând în considerare particularităţile ceremoniei pe care o studiem noi, ne-a sugerat formularea **setului de ipoteze specifice** care ne-au ghidat cercetarea. În acelaşi timp, din punct de vedere metodologic, acestea s-au constituit în paşii urmaţi pentru operaţionalizarea conceptelor. Prin acest set de ipoteze specifice, am testat modul în care *media*, în analiza ulterioară a evenimentului, s-au racordat şi s-au raportat la aspectele pe care le vom evidenţia în continuare. Ipotezele specifice ale lucrării de faţă, sugerate atât de corpusul teoretic, cât şi de campania de presă din jurul evenimentului, sunt următoarele:

1. Ceremonia transformativă, care a avut loc la Bucureşti în 23 noiembrie 2002, a acţionat la nivel simbolic prin lansarea de aspiraţii novatoare, propunând idei şi soluţii care, până în acel moment, păreau imposibile. Astfel, devine posibilă, chiar necesară, alăturarea „integrare în NATO – relaţii bune, «împăcare» cu Rusia", mergând chiar până acolo încât aceasta din urmă ar fi percepută ca o urmare a celei dintâi.

[8] Le Bohec a lansat termenul într-un articol în care se referea la *geneza socială a „fenomenului Le Pen"*, în „L'Aquarium", 1992, nr 10, [*apud* Riutort, 1996, p. 65].

2. Acest eveniment a propus un nou cadru de referinţă, o nouă percepţie spaţio-temporală. Din acest punct de vedere, timpul istoric pe care îl închide evenimentul studiat este fie comunismul, ca atare, deşi acesta a căzut cu 13 ani în urmă, fie „tranziţia", ca perioadă liminală.

3. Deşi novatoare, ceremonia transformativă prilejuită de vizita preşedintelui american a rezonat cu anumite determinante din mentalul colectiv al românilor, în speţă cu ideea de securitate, de apărare a graniţelor.

4. În mediatizarea evenimentului analizat, cele două registre distincte – jurnalismul de informare (vizat de noi prin analiza capetelor de ziar) şi jurnalismul de comentariu (editorialele) – tind să se suprapună, primul registru devenind, la rândul lui, jurnalism de comentariu sau analiză.

Să mai precizăm, în legătură cu cea de-a doua ipoteză specifică formulată, că o dată cu recadrajul spaţio-temporal, se reapelează la imaginarul social, pentru aşezarea acestuia în noile perspective. În acest context trebuie interpretată apariţia celor două tipuri de mituri despre care aminteam în partea teoretică a lucrării, anume „mitul salvatorului" (mult aşteptata, încă din timpul celui de-al doilea război mondial, „venire a americanilor" se întâmplă, în sfârşit, acum, prin aceasta rezolvându-ne, cel puţin la nivel simbolic, şi spinoasa relaţie cu Rusia – venirea americanilor înseamnă şi mult dorita separare de Rusia, în acelaşi timp cu – paradoxul caracterului „novator" al ceremoniilor transformative – împăcarea cu Rusia), respectiv „mitul conspiraţiei" (reminiscenţele faptului că am fost „vânduţi ruşilor" dispar, în sfârşit, acum, cu toate că nu este exclusă şi o altă perspectivă luată acum de acest mit: „dacă nu ar fi existat o înţelegere secretă între Rusia şi NATO, ar fi fost oare posibil ca România – alături de celelalte ţări – să fie invitată să adere la Alianţa Nord-Atlantică?").

În acest punct, trebuie să amintim că *media* reprezintă, în cadrul unui asemenea ceremonial transformativ, nu doar „ochii din afară" care relatează, neutru şi/sau critic evenimentul, care informează şi, eventual, comentează derularea acestuia, ci şi „actori" ai evenimentului, participanţi activi la construirea lui. *Media* sunt, în acest caz, „parteneri în cadrul contractului de comunicare", alături de politicieni (gazde şi invitaţi) şi public. Ele participă la construirea evenimentului chiar în timpul desfăşurării lui, devenind, astfel, parte integrantă a lui.

Din aceste considerente, dată fiind ipoteza generală de la care am pornit în studiul nostru, ne-am propus să analizăm (auto)raportarea *a posteriori* a presei la vizită, iar nu comportamentul *media* din timpul derulării evenimentului, pentru că, aşa cum precizam, pe parcursul desfăşurării ceremoniei, *media* „deviază", într-un fel, de la funcţiile proprii, „normale", în special cea de informare, devenind actori activi în acţiune. Ele capătă, de fapt, în acele momente, un rol atipic, întrucât, în mod normal, *media* nu se implică (sau nu ar trebui să se implice) în realitatea pe care o relatează şi o descriu. Or, atunci când deja o fac, *media* devin mai degrabă participanţi „emoţionali" decât observatori „raţionali", neutri, ai realităţii obiective. În cazul unor astfel de ceremonii, abia a doua zi, după ce evenimentul s-a consumat şi a devenit istorie, *media* îşi recapătă funcţiile lor tipice.

Aşadar, vom testa ipotezele noastre prin analiza presei scrise apărute *după* desfăşurarea evenimentului, adică a vizitei (în cazul nostru, presa de luni, 25 noiembrie 2002, prima apărută după consumarea ceremoniei de sâmbătă, 23 noiembrie), şi nu presa (în speţă televiziunea) din chiar ziua evenimentului. Am făcut această opţiune deoarece ne interesează o raportare „la rece" a *media* la eveniment; ne interesează atitudinea lor din momentul de „intrare în normalitate" imediat următor ceremoniei, atunci când ele se întorc la funcţiile lor uzuale şi redevin (doar) observatori din afară, „decuplându-se" de la funcţiile improprii induse de participarea la construirea faptelor.

CADRUL METODOLOGIC

Metoda de cercetare pe care am utilizat-o pentru îndeplinirea obiectivelor noastre şi pentru testarea ipotezelor generale şi specifice a fost **analiza de conţinut**. Argumentele pentru care am optat pentru această metodă ţin, pe de o parte, de încercarea de a descrie modalităţile concrete de (auto)raportare a presei la ceremonia de tipul *media event* din 23 noiembrie 2002, iar, pe de altă parte, de atingerea scopului nostru privind surprinderea specificităţii şi a semnificaţiei mediatizării evenimentului. În acest scop, considerăm că este nevoie de utilizarea unui sistem de decodare şi interpretare a mesajelor *media* şi a unor tehnici specifice de cercetare a conţinutului acestora, pe baza cărora să putem face inferenţe descriptive pertinente. Un astfel de obiectiv poate fi îndeplinit prin apelarea la analiza de conţinut[9].

[9] Utilizăm metoda analizei de conţinut, în spiritul definiţiilor formulate de Holsti (1969) şi Kerlinger (1986). În lucrarea sa *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities* (1969), O.R. Holsti spunea că „analiza de conţinut este acea tehnică de a face inferenţe în identificarea obiectivă şi sistematică a caracteristicilor de care dispun mesajele" [Holsti, 1969, p. 14]. În 1986, Kerlinger definea analiza de conţinut ca „metoda de studiere şi analiză a comunicării într-o manieră sistematică, obiectivă şi cuantificabilă, cu scopul de a măsura variabilele" [*apud* Gunter, 2000, p. 56], deosebirea faţă de definiţia lui Holsti fiind, aşa cum se observă, adăugarea caracteristicii de a fi „cuantificabilă".

Aderăm la aceste definiţii deoarece, spre deosebire de definiţia dată de B. Berelson, de exemplu, conform căruia analiza de conţinut „vizează descrierea obiectivă, sistematică şi cantitativă a conţinutului manifest pe care îl are comunicarea" [Berelson, 1971, p. 18], în definiţia lui Holsti remarcăm omiterea determinantelor de „cantitativ" şi „manifest", în timp ce în definiţia lui Kerlinger observăm, din nou, renunţarea la ideea de a analiza doar conţinutul manifest al mesajelor, iar termenul de „cantitativ" este înlocuit cu termenul, mai adecvat după părerea noastră, de „cuantificabil". Aceasta este, de altfel, noua tendinţă în ceea ce priveşte statutul şi cadrul de aplicare a analizei de conţinut în prezent: o trecere de la analiza uneori exclusiv cantitativă la tehnici mai rafinate, de factură calitativă ale studiului conţinutului mesajelor. Ceea ce nu înseamnă a renunţa complet la latura cantitativă, „cuantificabilă" a analizei de conţinut, ci doar a lua în considerare factorii calitativi şi contextele efective ale comunicării atunci când interpretăm conţinutul unui mesaj. Din punct de vedere teoretic, o astfel de abordare a fost determinată de trecerea progresivă de la cercetările empirice pozitiviste la paradigmele critice şi interpretative [Gunter, 2000, p. 57]. În tradiţia acestei tendinţe ne înscriem şi noi cercetarea, cu atât mai mult cu cât latura calitativă a tehnicii analizei de conţinut primează în cadrul demersului nostru.

Cum argumentele care ne-au motivat pentru analiza acestui eveniment au fost aduse deja, ca şi delimitarea cadrului teoretic şi ipotetic al cercetării, etapa următoare în aplicarea analizei de conţinut îl constituie alegerea materialului lingvistic sau non-lingvistic pentru analiză [Chelcea, Mărginean şi Cauc, 1998, p. 391]. Având în vedere că materialul supus analizei de conţinut poate fi mai redus sau mai extins, în funcţie de amploarea pe care intenţionăm să o dăm studiului, ca şi de posibilităţile tehnice şi materiale pe care le avem [Idem], ne-am delimitat corpusul de analiză la presa scrisă şi, în cadrul acesteia, la presa scrisă centrală de tipul cotidianelor (ziarelor). Am reţinut, aşadar, pentru analiză, cele mai importante 11 cotidiane naţionale centrale care apar în România: „Adevărul", „România Liberă", „Evenimentul zilei", „Ziua", Jurnalul Naţional", „Libertatea", „Naţional", „Gardianul", „Cotidianul", „Curentul" şi „Cronica Română".

Aşa cum spuneam, ne interesează atitudinea presei scrise, ca şi coordonatele mediatizării vizitei *după* desfăşurarea şi consumarea evenimentului, argumentele pentru acest interes fiind deja detaliate pe larg anterior. Astfel, analizăm ziarele apărute în ziua (lucrătoare) care a urmat vizitei, adică ziarele de luni, 25 noiembrie 2002. Din cadrul acestora, am selectat pentru analiză două categorii de genuri jurnalistice: în primul rând, *editorialele,* în cadrul cărora am inclus, acolo unde există, şi *rubricile permanente consacrate unor comentarii,* scrise, de obicei, de acelaşi jurnalist sau „analist" (cum ar fi Constantin Bălăceanu-Stolnici cu rubrica „La judecata zilei" în „Ziua", Tudor Octavian cu rubrica *Scriitor la ziar* în „Naţional" sau Marius Tucă cu rubrica *Jurnal vertical* în „Jurnalul Naţional"); în al doilea rând, *capetele de ziar,* pe care le-am considerat, aşa cum am precizat deja, „generice" sub semnul cărora este plasat evenimentul în registrul jurnalismului de tip informativ.

Cea de-a treia etapă a aplicării analizei de conţinut este reprezentată de *alegerea tehnicilor şi a procedeelor de analiză a conţinutului.* Alegerea unui procedeu sau a altuia impune moduri specifice de determinare a unităţilor analizei de conţinut, la fel cum această alegere depinde de tema de cercetare şi de materialul care urmează a fi supus analizei [Chelcea, 1985, p. 101]. Am reţinut ca tehnici de analiză pentru acest studiu, pe de o parte, *analiza frecvenţelor,* care este procedeul clasic al analizei de conţinut şi constă în determinarea numărului de apariţii ale unităţilor de înregistrare în sistemul categoriilor de analiză, iar pe de altă parte, *analiza tendinţei,* care porneşte de la analiza frecvenţelor, urmărind să pună în evidenţă, în cadrul comunicării, orientarea sau atitudinea pozitivă (favorabilă), neutră sau negativă (nefavorabilă) a comunicatorilor faţă de o anumită temă sau un anumit subiect [*ibidem,* p. 101–102].

GRILA DE ANALIZĂ

Ceea ce individualizează analiza de conţinut, din punct de vedere teoretic, este definirea „unităţilor analitice", acestea fiind componentele minimale

interpretabile la nivelul obiectului cercetat. Unităţile analitice (itemii) sunt determinate de tema de cercetare şi de ipotezele de la care aceasta porneşte. Aşa cum se ştie, analiza de conţinut implică o abordare a textelor pe baza unui sistem de categorii [Van Cuilenburg, Scholten, Noomen, 2000, p. 137], care funcţionează ca un filtru prin care sunt trecute textele. Determinarea categoriilor (unităţilor de înregistrare/măsură) care intră în sistem este făcută tot de tema de cercetare şi de ipotezele specifice.

Pentru a putea delimita şi aplica corect itemii şi categoriile, am încercat o operaţionalizare şi redefinire cât mai exactă a acestora, astfel încât să putem stabili apariţia lor în textele analizate. Dată fiind factura mai degrabă calitativă a analizei de conţinut pentru care am optat, ne-am asumat o anumită autonomie interpretativă în ceea ce priveşte prescripţiile sau ansamblul de reguli referitoare, pe de o parte, la clasificare (elaborarea, atât cantitativă, cât şi calitativă a sistemului de itemi), iar pe de altă parte la descompunerea unităţilor analitice în unităţi de măsură, adică în segmente care, prin distribuire într-una din categoriile sistemului, pot să servească unei analize cantitative [Gunter, 2000, p. 82]. În acest scop, am realizat mai întâi o identificare a temelor care apar în corpusul nostru de analiză.

În funcţie de cele două obiective precizate la începutul studiului nostru, am construit grila de analiză în două direcţii distincte, dar interdependente, în acelaşi timp. Pe de o parte, am delimitat itemii sau unităţile analitice referitoare la redimensionarea spaţio-temporală, la eveniment văzut ca ceremonie transformativă, novatoare. Pe de altă parte, am delimitat itemii sau unităţile analitice care să ne permită descrierea şi analiza elementelor de mediatizare aposteriori a evenimentului. Precizăm, de asemenea, că am aplicat grila de analiză, pe care o vom prezenta în continuare, doar în cazul editorialelor şi al rubricilor de comentarii, care se pretează la o analiză de conţinut de factură cantitativă şi calitativă, în acelaşi timp. În cazul „capetelor de ziar", am realizat, aşa cum se va vedea, o analiză exclusiv calitativă, de identificare şi mai ales interpretare a temelor şi subiectelor mediatizate.

Grila de analiză pe care am construit-o cuprinde 9 itemi. Aşa cum se va vedea, o parte din itemii prin care analizăm coordonatele mediatizării evenimentului au, la rândul lor, un număr mai mare sau mai mic de *sub-itemi*. Unităţile de înregistrare delimitate diferă în funcţie de specificitatea analizei. Astfel, pentru toţi itemii referitori la auto-raportarea presei la eveniment, ca şi pentru unul din itemii mediatizării, unităţile de înregistrare au fost reprezentate de *teme*. Am consemnat, aşadar, dacă temele pe care le-am identificat, conform ipotezelor noastre, apar sau nu în corpusul de analiză delimitat, respectiv editorialele şi rubricile permanente de comentarii. Am optat, în această parte de cercetare, pentru construirea unei grile compusă din itemi focalizaţi pe teme, deoarece scopul cercetării noastre a fost o surprindere „calitativă" a conţinutului materialelor şi a mesajelor mai mult sau mai puţin explicite pe care acestea le

cuprind. Pentru restul itemilor prin care analizăm mediatizarea evenimentului în presa scrisă românească, unitatea de înregistrare a fost *cuvântul (sau expresiile verbale echivalente).* Dacă, în cazul unităților de înregistrare constituite de teme, acestea apar sau nu într-un articol (vom avea, deci, cel mult o temă/articol), în cazul unităților de înregistrare reprezentate de cuvinte sau expresii verbale echivalente, am consemnat numărul de apariții al acestora în corpusul nostru de analiză (am numărat, de fiecare dată, apariția lor în text).

Itemii/unitățile analitice delimitate sunt următorii:

A. Itemii „evenimentului transformativ" (redimensionarea spațio-temporală)

1. „Intrarea într-o «nouă eră»/un nou început" – cu următoarele unități de înregistrare (u.î.)/teme:

1.1. Începe, simbolic, o perioadă/eră nouă. Se schimbă:

1.1.1. Politici (administrative, economice etc.)

1.1.2. Comportamente (eradicarea corupției etc.)

1.1.3. Mentalități (față de muncă, față de cetățeni etc.);

1.2. Nu începe o eră nouă, continuarea perioadei/regimului în care ne aflăm.

2. „Timpul care se încheie acum (perioada revolută)" – u.î./teme:

2.1. Comunismul;

2.2. Tranziția;

2.3. Nu există un timp/perioadă care se încheie acum.

3. „Redimensionarea spațială" – u.î./teme:

3.1. Poziția geografică a României se transformă din „zonă tampon" între două spații (puteri) opuse, în zonă de joncțiune a două spații diferite, dar nu opuse;

3.2. Vecinătățile generatoare de insecuritate în trecut se transformă acum în aliați (nu doar Rusia, dar și Bulgaria și – mai ales – Ungaria);

3.3. Garantarea inviolabilității frontierelor;

3.4. Deschiderea la Marea Neagră – valorificată acum pozitiv în noul context politic internațional;

3.5. Reintegrarea în Europa/în familia democrațiilor occidentale.

4. „Atitudinea față de noua relație cu Rusia" – u.î./teme:

4.1. „Împăcarea" cu Rusia, ca aliat NATO, de pe poziția unui membru NATO (în sensul tratării, acum, de la egal la egal în relația cu Rusia, pentru că am devenit un „cap de pod american" – „împăcarea" apare ca acțiune necontradictorie, aici fiind prezent caracterul novator paradoxal al ceremoniilor transformative);

4.2. „Împăcarea" cu Rusia, ca reconfirmare a poziționării noastre în zona de influență rusească (România = victimă, din nou, a unui pact secret între SUA și Rusia, „nu s-a schimbat, de fapt, nimic").

5. „Mitul venirii americanilor" – u.î./teme:

5.1. „Venirea americanilor" apare în accepțiunea mitologică, ce implică transformarea, aduce schimbarea (americanii ca „salvatori" care „în sfârșit, au venit");

5.2. „Venirea americanilor" ca fapt banal, fără semnificaţie simbolică, fără accepţiune mitologică (au venit, dar sunt „în trecere", au mai fost şi alţi preşedinţi americani, nimic nu particularizează această vizită).

B. ***Itemii*** **„mediatizării" evenimentului**

6. „Concepte" – cu *subitemii*:

6.1. ***Concepte „pozitive"***, cu următoarele unităţi de înregistrare (cuvinte): ***a.*** libertate; ***b.*** democraţie; ***c.*** siguranţă/securitate (în sensul de siguranţă); ***d.*** pace/pacifism; ***e.*** toleranţă; ***f.*** prosperitate; ***g.*** independenţă; ***h.*** cooperare/colaborare; ***i.*** reformă/restructurare.

6.2. ***Concepte „negative"***, cu următoarele u.î./cuvinte: ***a.*** comunism; ***b.*** totalitarism/fundamentalism; ***c.*** tiranie/dictatură; ***d.*** terorism; ***e.*** corupţie; ***f.*** birocraţie; ***g.*** pericol/ameninţare/insecuritate.

6.3. ***Concepte „ambivalente"***, cu următoarele u.î./cuvinte: ***a.*** război (fie în sens pozitiv, fie în sens negativ); ***b.*** globalizare (fie în sens pozitiv, fie în sens negativ).

6.4. ***Concepte „supreme"***, cu următoarele u.î./cuvinte: ***a.*** Dumnezeu (fie în sens pozitiv, fie în sens negativ); ***b.*** curcubeu (fie în sens pozitiv, fie în sens negativ).

Notă:

Câteva precizări se cuvin a fi făcute aici. Determinatele (pozitiv, negativ, ambivalent şi suprem) prin care „tipologizăm" conceptele ne aparţin. Am introdus în cadrul conceptelor pe care le denumim „pozitive" cuvintele, cu valoare de unităţi de înregistrare în acest caz, care exprimă valori democratice spre care tindem (libertate, prosperitate etc.), idealuri istorice (siguranţă, independenţă etc.) etc. În cadrul conceptelor denumite „negative" am numărat cuvinte care exprimă atât pericole sau stări externe, globale, care ne afectează în aceeaşi măsură şi pe noi (precum fundamentalismul, tirania, ameninţarea, terorismul etc.), cât şi probleme interne ţării noastre (precum corupţia, birocraţia). În ceea ce priveşte conceptele denumite „ambivalente", am delimitat şi am numărat în corpusul de analiză ca atare, între război „pozitiv" şi război „negativ". Deşi poate părea un non-sens, războiul fiind, în general, considerat şi perceput ca un fenomen eminamente negativ, am considerat, cu atât mai mult, că trebuie să facem această delimitare: în prezent, se vorbeşte tot mai mult despre războiul împotriva terorismului, a dictaturii, tiraniei sau fundamentalismului, război la care orice ţară democratică ar trebui să ia parte (un astfel de sens apare chiar în discursul preşedintelui american), şi, din acest punct de vedere, un astfel de război, în scopuri umaniste, este benefic, deci „pozitiv". Un astfel de concept este radical diferit, după părerea noastră, de sensul războiului ca fenomen distructiv, nimicitor, sens pe care l-am consemnat ca atare sub forma conceptului de război „negativ". Aceleaşi considerente le are la bază şi delimitarea dintre globalizare „pozitivă" şi „negativă": în primul caz, globalizarea este concepută şi mediatizată ca fenomen benefic, progresist, în timp ce în cel de-al doilea caz este văzută ca fenomen de distrugere a identităţilor, de masificare etc. În fine, am caracterizat drept „supreme" conceptele de Dumnezeu şi curcubeu, concepte utilizate frecvent în discursul lui George W. Bush dar şi în discursul presei scrise (aşa cum vom vedea, în special în „capetele de ziar"). Dihotomia „pozitiv" – „negativ" se regăseşte chiar şi aici: am consemnat pentru „pozitiv" toate referirile la aceste concepte sau la semnificaţia lor, în legătură cu evenimentul sau cu viitorul deschis de acesta, în timp ce pentru „negativ" am consemnat situaţiile în care era negată explicit orice semnificaţie sau rol pe care l-ar juca Dumnezeu şi curcubeul (ca semn al lui Dumnezeu).

Aşa cum se observă, deşi analiza de conţinut pe care o întreprindem în acest caz este de factură cantitativă (unităţile de înregistrare sunt numărate), ea devine în mare măsură calitativă prin atenţia acordată *contextului* în care apare şi *semnificaţiei* care i se dă fiecărei unităţi de înregistrare pe care o consemnăm.

7. „Actori" – cu subitemii:

7.1. ***„Actori români"***, cu următoarele unități de înregistrare (cuvinte sau expresii verbale echivalente): ***a.*** poporul/românii; ***b.*** conducerea politică actuală; ***c.*** conducerea politică 1996–2000; ***d.*** clasa politică în general/politicienii (nedefinit); ***e.*** „societatea civilă"; ***f.*** „presa".

7.2. ***„Actori străini"***, cu următoarele u.î./cuvinte sau expresii verbale echivalente: ***a.*** NATO; ***b.*** Uniunea Europeană; ***c.*** conducerea politică din SUA; ***d.*** conducerea politică din Franța; ***e.*** conducerea politică din Marea Britanie; ***f.*** cetățenii/populația occidentală (în general); ***g.*** Occidentul/Vestul (în general); ***h.*** Răsăritul/Estul (în general).

8. „Agenți" – cu subitemii:

8.1. ***„Agenți state"***, cu următoarele unități de înregistrare (cuvinte): ***a.*** România; ***b.*** SUA; ***c.*** Franța; ***d.*** Marea Britanie; ***e.*** Germania; ***f.*** Rusia; ***g.*** Irak; ***h.*** Iugoslavia; ***i.*** Ungaria.

8.2. ***„Agenți individuali"***, cu următoarele u.î./cuvinte: ***a.*** George W. Bush; ***b.*** Ion Iliescu; ***c.*** Emil Constantinescu; ***d.*** Adrian Năstase; ***e.*** Regele Mihai; ***f.*** Bill Clinton; ***g.*** Jacques Chirac; ***h.*** Tony Blair; ***i.*** Vladimir Putin; ***j.*** Saddam Hussein.

9. „Caracterizarea evenimentului" – cu următoarele unități de înregistrare/teme:

9.1. Eveniment excepțional/caracter ceremonial/sărbătoare;

9.2. Festivism/„mascaradă" națională/manifestare a slugărniciei;

9.3. Fără referire.

REZULTATELE CERCETĂRII

TEHNICA ANALIZEI FRECVENȚELOR

Rezultatele aplicării primului procedeu al analizei de conținut asupra editorialelor şi a rubricilor de comentarii, structurate pe cei nouă itemi delimitați mai sus, se regăsesc în tabelele care urmează. Aşa cum se va observa, patru ziare au avut câte două materiale analizate, în cazul acestora prima coloană fiind rezervată editorialului, iar cea de-a doua coloană comentariului. Am păstrat în numerotarea tabelelor ordinea itemilor de mai sus.

Abrevierile care vor fi utilizate în capetele de tabele sunt următoarele: Adev = „Adevărul"; Rom lib = „România Liberă"; Ev z = „Evenimentul zilei"; Jurn naț = „Jurnalul național"; Lib = „Libertatea"; Naț = „Național"; Gard = „Gardianul"; Cotidian = „Cotidianul"; Cr Rom = „Cronica Română".

Am utilizat în cadrul tabelelor următoarele semne: „X" – în cazul în care unitatea de înregistrare se regăseşte întocmai în textul analizat; „-X" – atunci când unitatea de înregistrare este negată, în mod explicit, în text; „-„ – marchează lipsa respectivei unități de înregistrare, atunci când aceasta nu era exclusă de celelalte unități de înregistrare (teme) ale aceluiaşi item; în fine, rubricile nemarcate apar în cazul în care unitatea de înregistrare se regăseşte în text, dar ea era exclusă de una sau mai multe teme (contradictorie/i) marcate ca atare în tabel.

Rezultatele analizei, care a avut ca obiect de cercetare mediatizarea propriu-zisă a vizitei la Bucureşti a preşedintelui american, sunt surprinse în tabelele 6.1.–9.

Tabelul nr. 1

Intrarea într-o nouă eră/un nou început		Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naţ		Lib	Naţ		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
Începe – simbolic – o eră/perioadă nouă. Se schimbă:	Politici	X	X	X	X	-			-	X	-	X	X	X	-		8
	Comportamente	X	X	-	X	-			X	X	-	-	-	X	-		6
	Mentalităţi	-	X	X	X	X			X	X	-	-	-	X	-		7
Nu începe o „eră nouă"/continuarea perioadei (regimului) în care ne aflam							X	X			-					X	3

Tabelul nr. 2

Timpul care se încheie acum (perioada revolută)	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naţ		Lib	Naţ		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
Comunismul	X	-	-	X	X			-		-	X	-	-	X		5
Tranziţia	-	-	-	X	-			-	X	-	-	-	-	-		2
Nu există un timp/perioadă care se încheie acum		-	-			X	X	-		-		-	-		X	3

Tabelul nr. 3

Redimensionarea spaţială	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naţ		Lib	Naţ		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
Poziţia geografică a României se transformă din „zonă tampon" între două spaţii (puteri) opuse, în zonă de joncţiune a două spaţii diferite, dar nu opuse	X	-	X	-	-	~X	-	-	-	-	X	X	X	X	-	6
Vecinătăţile generatoare de insecuritate în trecut se transformă acum în aliaţi (nu doar Rusia, dar şi Bulgaria şi – mai ales – Ungaria)	-	-	X	-	-	-	-	-	X	-	-	X	X	X	-	5
Garantarea inviolabilităţii frontierelor	X	-	X	X	-	-	-	-	X	-	X	-	X	-	-	6
Deschiderea la Marea Neagră – valorificată acum pozitiv în noul context politic internaţional	X	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Reintegrarea în Europa/în familia democraţiilor occidentale	X	-	X	X	-	~X	-	~X	-	-	-	-	-	-	-	3

Tabelul nr. 4

Atitudine faţă de noua relaţie cu Rusia	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naţ		Lib	Naţ		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
Împăcare cu Rusia ca aliat NATO de pe poziţia unui membru NATO (caracter novator paradoxal)	X	-	X	-	-	-	-	-	-	-	X	X	X	X	-	6
Împăcare cu Rusia ca re-confirmare a poziţionării noastre în zona de influenţă rusească (România = victimă, din nou, a unui pact secret între SUA şi Rusia)		-		-	-	X	-	-	-	-					-	1

Tabelul nr. 5

Mitul „venirii americanilor"	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naț		Lib	Naț		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
«Venirea americanilor« apare în accepțiunea mitologică, ce implică transformarea, aduce schimbarea (americanii ca „salvatori")	X	-	-	-	-			-	X	-	X	-	X	X		5
<<Venirea americanilor>> ca fapt banal, fără semnificație simbolică, fără accepțiune mitologică (au venit, dar sunt „în trecere", au mai fost și alți președinți americani)		-	-	-	-	X	X	-		-					X	3

Tabelul nr. 6.1.

Concepte „pozitive"	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naț		Lib	Naț		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
Libertate	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	2	3	0	1	0	9
Democrație	0	5	0	2	0	1	0	0	1	0	2	2	0	2	0	15
Siguranță/Securitate (în sensul de siguranță)	1	0	4	1	0	0	0	0	4	0	1	7	2	4	0	24
Pace/Pacifism	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	4
Toleranță	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prosperitate	1	0	0	0	0	0	0	0	4	0	1	1	0	1	0	8
Independență	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Cooperare/Colaborare	4	0	2	3	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	12
Reformă/Restructurare	1	2	1	7	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	13
Total	7	7	7	13	0	2	0	0	11	1	8	18	4	8	0	86

Tabelul nr. 6.2.

Concepte „negative"	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naț		Lib	Naț		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
Comunism	3	1	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	2	0	10
Totalitarism/fundamentalism	3	0	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	7
Tiranie/dictatură	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	3	0	0	0	10
Terorism	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	4	1	2	1	12
Corupție	1	3	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	3	1	0	10
Birocrație	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Pericol/Amenințare/Insecuritate	5	0	1	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	9
Total	14	6	2	8	2	2	0	0	0	2	3	7	5	6	2	59

Tabelul nr. 6.3.

Concepte „ambivalente”		Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naţ		Lib	Naţ		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
Război	Pozitiv	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	6	0	0	0	9
	Negativ	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Globalizare	Pozitiv	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Negativ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Total		1	0	0	3	0	0	0	0	0	0	1	6	0	0	1	12

Tabelul nr. 6.4.

Concepte „supreme”		Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naţ		Lib	Naţ		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
Dumnezeu	Pozitiv	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	2
	Negativ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Curcubeu	Pozitiv	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	2	0	6
	Negativ	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Total		0	0	0	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	3	0	9

Tabelul nr. 7.1.

Actori români	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naţ		Lib	Naţ		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
Poporul	2	2	4	6	3	5	0	0	0	0	2	1	2	0	4	31
Conducerea politică actuală	0	8	0	5	0	4	0	0	0	0	1	0	0	1	0	19
Conducerea politică 1996-2000	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4
Clasa politică în general/politicienii (nedefinit)	5	0	1	3	0	1	0	0	4	0	0	0	1	0	1	16
„Societatea civilă”	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
„Presa”	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2	6
Total	7	12	5	18	3	11	0	0	4	1	3	1	3	2	7	77

Tabelul nr. 7.2.

Actori străini	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naţ		Lib	Naţ		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
NATO	16	11	4	17	1	7	1	1	5	1	6	14	6	12	0	102
Uniunea Europeană	3	1	0	8	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	14
Conducerea politică din SUA	6	7	3	4	1	5	0	1	0	0	7	4	3	2	8	51
Conducerea politică din Franţa	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2
Conducerea politică din Marea Britanie	0	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Cetăţenii/populaţia occidentali/ă (în general)	0	0	0	6+6	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	13
Occidentul/Vestul (în general)	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	8
Răsăritul/Estul (în general)	4	0	5	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
Total	30	22	13	45	2	14	1	5	5	1	15	20	9	14	8	204

Tabelul nr. 8.1.

Agenți state	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Nat		Lib	Nat		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
România	24	5	10	14	0	7	1	0	5	0	9	7	2	1	3	88
SUA	16	0	0	9	0	2	0	0	0	0	4	11	1	1	1	45
Franța	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Marea Britanie	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Germania	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
Rusia	5	0	5	0	0	8	0	0	0	0	3	10	3	2	0	36
Irak	2	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	4	2	0	0	12
Iugoslavia	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Ungaria	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3
Total	50	5	16	30	0	18	1	0	5	0	16	33	8	5	4	191

Tabelul nr. 8.2.

Agenți individuali	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Nat		Lib	Nat		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
George W. Bush	6	6	6	3	1	11	3	5	0	0	9	6	10	6	9	81
Ion Iliescu	0	5	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	2	3	1	15
Emil Constantinescu	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4
Adrian Năstase	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	4
Regele Mihai	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	4
Bill Clinton	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	4
Jacques Chirac	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	3
Tony Blair	0	1	0	3	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5
Valdimir Putin	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	4
Saddam Hussein	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	1	0	0	0	5
Total	9	14	7	11	3	15	3	9	0	0	14	7	15	11	11	129

Tabelul nr. 9

Caracterizarea evenimentului	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Nat		Lib	Nat		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Total
Eveniment excepțional/caracter ceremonial/sărbătoare	X		X	X	X		X	X	X		X		X	X		10
Festivism/mascaradă națională/manifestare a slugărniciei				~X		X									X	2
Fără referire		X								X		X				3

TEHNICA ANALIZEI DE TENDINȚĂ

Am continuat analiza noastră de conținut prin utilizarea unui alt procedeu de analiză, acela al tendințelor, aplicat în cazul câtorva dintre itemii de mai sus, anume al acelor itemi care au putut fi supuşi unui asemenea procedeu. Am folosit formula de calcul a indicelui analizei de tendință conform căreia **AT = (F-D)/L,** unde **AT** = indicele de analiză a tendinței, **F** = numărul de unități favorabile, **D** = numărul de unități defavorabile şi **L** = numărul de unități în legătură cu tema [Chelcea, 1985, p. 103]. Pentru a putea adapta această tehnică la specificul cercetării noastre şi, prin aceasta, pentru a putea obține rezultate relevante, am delimitat în cadrul unora dintre itemii noştri câteva perechi dihotomice de categorii, pentru a vedea care dintre elementele acestor perechi au fost mai mult mediatizate, şi în ce măsură. În aceste condiții, în cazul nostru, **F** se referă la valoarea primului element (unități de înregistrare) al fiecărei perechi delimitate, iar **D** la valoarea celui de-al doilea element (ambele valori se regăsesc în calculele din tabelele anterioare). Cum indicele poate lua valori cuprinse între +1 şi –1, vom spune că primul element a fost cu atât mai mult mediatizat față de cel de-al doilea, cu cât valoarea indicelui se apropie mai mult de +1. La polul opus, cu cât valoarea indicelui analizei de tendință se apropie mai mult de –1, cu atât al doilea element al perechii a fost mai mediatizat decât primul. Cu cât valoarea indicelui se apropie mai mult de 0, cu atât mediatizarea celor două elemente a fost mai echilibrată, mai „neutră".

Itemii şi perechile de categorii (unități de înregistrare) reținute pentru a fi filtrate prin analiza de tendință sunt următoarele:

1. Atitudinea față de noua relație cu Rusia, cu perechea de elemente: **F** = „împăcare cu Rusia ca aliat al NATO de pe poziția unui membru NATO (caracter novator paradoxal)" şi **D** = „împăcare cu Rusia ca reconfirmare a poziționării noastre în zona de influență rusească (România = victimă, din nou, a unui pact secret între SUA şi Rusia)".

2. Mitul „venirii americanilor", cu perechea de elemente: **F** = „«venirea americanilor» în accepțiune mitologică, aducând schimbarea, ca «salvatori»" şi **D** = „«venirea americanilor» ca fapt banal, fără semnificație simbolică, mitologică".

3. Caracterizarea evenimentului, cu perechea de elemente: **F** = „eveniment excepțional/sărbătoare/caracter ceremonial" şi **D** = „festivism/mascaradă națională/manifestare a slugărniciei".

Notă: Deoarece în cazul acestor *itemi* categoriile (unitățile de înregistrare) se exclud reciproc, am putut calcula aici atât AT_1=**(F-D)/L,** unde **L** reprezintă numărul de unități în legătură cu tema, cât şi AT_2=**(F-D)/T,** unde **T** reprezintă numărul total de unități (conținutul total), care este, în cazul nostru, 15 (materiale analizate în total).

4. Concepte, cu perechea de elemente: **F** = „concepte pozitive" (per ansamblu) şi D = „concepte negative" (per ansamblu).

5. Actori, cu perechea de elemente: **F** = „actori români" (per ansamblu) şi D = „actori străini" (per ansamblu)[10].

[10] Deşi unele dintre polaritățile din perechile de elemente sunt relativ artificiale, totuşi, reținerea lor pentru o analiză de tendință este motivată de relevanța lor pentru scopurile cercetării noastre.

6. Agenți state 1, cu perechea de elemente: **F** = „România" și **D** = „SUA".

7. Agenți state 2, cu perechea de elemente: **F** = „România" și **D** = „Rusia".

8. Agenți state 3, cu perechea de elemente: **F** = „SUA" și **D** = „Rusia".

9. Agenți individuali, cu perechea de elemente: **F** = „Ion Iliescu" și **D** = „George W. Bush".

În cazul acestor din urmă șase itemi, datorită specificului lor, am calculat indicele analizei de tendință doar după formula **AT=(F-D)/L.** În schimb, am putut aprofunda aici analiza și pentru fiecare ziar în parte.

Rezultatele, structurate în ordinea prezentată mai sus, ne relevă următoarele:

Tabelul nr. 10

	Atitudinea față de noua relație cu Rusia	**Mitul „venirii americanilor"**	**Caracterizarea evenimentului**
F	6	5	10
D	1	3	2
L	7	8	12
T	15	15	15
AT_1	+0,71	+0,25	+0,67
AT_2	+0,33	+0,13	+0,53

Tabelul nr.11

Con-cepte	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naț		Lib		Naț		Gard	Cotidian	Curentul	Cr Rom		Gene-ral
F	7	7	7	13	0	2	0	0	11	1	8	18	4	8	0	86
D	14	6	2	8	2	2	0	0	0	2	3	7	5	6	2	59
L	21	13	9	21	2	4	0	0	11	3	11	25	9	14	2	145
AT	-0,33	+0,08	+0,56	+0,23	-1	0	0	0	+1	-0,33	+0,46	+0,44	-0,12	+0,14	-1	+0,19

Tabelul nr. 12

Actori	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naț		Lib	Naț		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Gene -ral
F	7	12	5	18	3	11	0	0	4	1	3	1	3	2	7	77
D	30	22	13	45	2	14	1	5	5	1	15	20	9	14	8	204
L	37	34	18	63	5	25	1	5	9	2	18	21	12	16	15	281
AT	-0,62	-0,29	-0,44	-0,42	+0,2	-0,12	-1	-1	-0,11	0	-0,67	-0,9	-0,5	-0,75	-0,07	-0,45

Tabelul nr. 13

Agenți state 1	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naț		Lib	Naț		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Gene -ral
F	24	5	10	14	0	7	1	0	5	0	9	7	2	1	3	88
D	16	0	0	9	0	2	0	0	0	0	4	11	1	1	1	45
L	40	5	10	23	0	9	1	0	5	0	13	18	3	2	4	133
AT	+0,2	+1	+1	+0,22	0	+0,56	+1	0	+1	0	+0,38	-0,22	+0,33	0	+0,5	+0,32

Tabelul nr. 14

Agenți state 2	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naț		Lib	Naț		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Gene-ral
F	24	5	10	14	0	7	1	0	5	0	9	7	2	1	3	88
D	5	0	5	0	0	8	0	0	0	0	3	10	3	2	0	36
L	29	5	15	14	0	15	1	0	5	0	12	17	5	3	3	124
AT	+0,66	+1	+0,33	+1	0	-0,07	+1	0	+1	0	+0,5	-0,18	-0,2	-0,33	+1	+0,42

Tabelul nr.15

Agenţi state 3	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naţ		Lib	Naţ		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	General
F	16	0	0	9	0	2	0	0	0	0	4	11	1	1	1	45
D	5	0	5	0	0	8	0	0	0	0	3	10	3	2	0	36
L	21	0	5	9	0	10	0	0	0	0	7	21	4	3	1	81
AT	+0,52	0	-1	+1	0	-0,6	0	0	0	0	+0,14	+0,05	-0,5	-0,33	+1	+0,11

Tabelul nr. 16

Agenţi individuali	Adev	Rom Lib	Ev Z	Ziua		Jurn Naţ		Lib	Naţ		Gard	Cotidian	Curentul		Cr Rom	Gene -ral
F	0	5	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	2	3	1	15
D	6	6	6	3	1	11	3	5	0	0	9	6	10	6	9	81
L	6	11	6	4	2	12	3	5	0	0	10	6	12	9	10	96
AT	-1	-0,09	-1	-0,5	0	-0,83	-1	-1	0	0	-0,8	-1	-0,67	-0,33	-0,8	-0,69

ANALIZA TEMATICĂ A CAPETELOR DE ZIAR

În urma analizei de conţinut tematice a celei de-a doua părţi a corpusului nostru empiric, rezultatele ne-au relevat următoarele teme:

a. *Rolul României în Alianţa Nord-Atlantică*, în contextul extinderii acesteia. Regăsim această temă în ziarele „Cotidianul", „Curentul şi „Cronica Română";

b. *Curcubeul* – ca semn supranatural sub care a fost aşezată vizita, în ziarele „Evenimentul zilei" şi „Naţional";

c. *Noile relaţii ale României cu Marile Puteri,* cu variantele:

– *Viitoarea relaţie cu Rusia,* în ziarul „Ziua";

– *Noua relaţie cu Statele Unite ale Americii,* în ziarul „Gardianul";

d. *Relevarea «adevăratului» înţeles al vizitei* – necesitatea „curăţării sistemului", în „Jurnalul naţional";

e. *Apropierea (fizică) a preşedintelui american de poporul român,* în „Adevărul";

f. *Anticiparea corectă, de către ziar, a programului vizitei* (metadiscurs), în „România liberă";

g. *Costurile, în cash, ale vizitei, raportate la durata acesteia,* în „Libertatea".

Toate aceste teme sunt ilustrate de tabelul nr. 17, în care prezentăm forma brută în care am regăsit în ziare aceste genuri jurnalistice. Am luat în considerare, în clasificarea de mai sus, atât „capul de ziar" propriu-zis, adică titlul mare care defineşte ediţia respectivă a ziarului, cât şi „supratitlul" care îl precedează, supratitlu care are scopul de a explica şi întregi capul de ziar. Cum ultima noastră ipoteză implica o comparaţie a celor două registre jurnalistice (comentarii/analiză, *versus* informare), prezentăm, în continuare, o structurare a acestei comparaţii la nivelul fiecărui ziar:

Tabelul nr. 17

Ziarul	Titlul editorialului	Supratitlu la capul de ziar	Capul de ziar
Adevărul	America are planuri mari cu noi	*Sub privirile tensionate la maximum ale agenţilor de protecţie americani,*	PREŞEDINTELE BUSH A COBORÂT PRINTRE ROMÂNI
România Liberă	Gata cu minciunile!	*Publicând în avans programul vizitei preşedintelui Bush*	N-AM FĂCUT SPECULAŢII!
Evenimentul Zilei	„O punte către o nouă Rusie"	-	CURCUBEUL, SEMNUL LEGĂMÂNTULUI ÎNTRE DUMNEZEU ŞI OAMENI
Ziua	Intrăm în altă lume	-	ATENŢIE LA RUSIA
Jurnalul Naţional*	Preşedintele Bush ne-a spart sticla de şampanie	*Mesajul din spatele uşilor închise*	CURĂŢAŢI SISTEMUL!
Libertatea	«Mai vino iarăşi pe la noi, măi George dragă!»	*Vizita lui George Bush la Bucureşti:*	35 DE MILIARDE PENTRU 4 ORE
Naţional	Ochiul la ceafă şi mâna pe muncă	-	CURCUBEUL LUI BUSH
Gardianul	Drumul de la uşi deschise la invitarea în casă	*G.W. Bush, preşedintele SUA, a dat garanţii ferme că, de ieri, ţara noastră este un aliat important al Americii*	«DUMNEZEU SĂ BINECUVÂNTEZE ROMÂNIA»
Cotidianul	România în noul NATO	*Vizită. George W. Bush a trasat rolul ţării noastre în viitoarea configuraţie a Alianţei Nord-Atlantice*	CEC ÎN ALB SUB ZÂMBETUL LUI DUMNEZEU
Curentul	Umbre şi umbrele	*În vizita-fulger de patru ore la Bucureşti*	BUSH A „DESENAT" NOUA ROMÂNIE
Cronica Română	Până şi sultanul stătea mai mult!	*Extinderea NATO nu înseamnă doar admiterea de noi membri:*	NATO ÎNCEPE PERESTROIKA

*Acest ziar este singurul care îşi „prezintă", în sensul de *advertising* (îşi „vinde"), editorialul pe prima pagină, chiar deasupra capului de ziar. Pe o banderolă roşie, se face trimiterea la editorial: „Ion Cristoiu despre noile relaţii cu Rusia. Într-un editorial intitulat *Preşedintele Bush ne-a spart sticla de şampanie,* analistul politic al «Jurnalului» vorbeşte despre «cumințirea» ce va fi impusă României în raporturile cu Rusia", text împărţit în două de fotografia editorialistului. Această operaţiune nu face neapărat parte dintr-o strategie de vizibilizare a editorialului, de publicizare a lui (cum se practică în ziarul „Ziua", de exemplu), ci prin ea se încearcă crearea şi/sau consolidarea rolului mediatic al editorialistului. Este vorba despre ceea ce Riutort [1996, p. 67] numea „acordarea unei prezumţii de competenţă", prin apelul la titulatura editorialistului („analistul politic"), care îi conferă „dreptul la cuvânt" şi prin fotografia ataşată, care îl evidenţiază şi îl singularizează.

INTERPRETAREA DATELOR

Pornim demersul nostru interpretativ la nivelul analizei editorialelor, prin verificarea setului de ipoteze specifice formulate la începutul studiului. Aşa cum spuneam, aceste ipoteze vor fi confirmate sau infirmate prin analiza itemilor delimitaţi în grila de analiză şi a unităţilor de înregistrare corespunzătoare acestora. Astfel, ipoteza **1** din setul de ipoteze specifice, referitoare la caracterul novator al evenimentului şi la propunerea unor soluţii până atunci imposibile, este verificată prin analiza itemilor IV, VIII.1, ca şi a itemului IX, care face referire la caracterul novator indus de ceremonie; ipoteza **2** cu privire la recadrajul temporal şi spaţial, este testată prin itemii I, II şi III; ipoteza **3** referitoare la noile garanţii de securitate şi la integritatea teritorială a României, este verificată prin analiza itemilor V, III.c, VI.1.c, VI.2.g, în timp ce ipoteza **4** a fost supusă verificării prin compararea rezultatelor obţinute din analiza celor două părţi ale corpusului nostru empiric.

Datele obţinute din analiză relevă faptul că ipotezele ***1*** şi ***2*** se confirmă în cazul ziarelor „Adevărul", „Evenimentul zilei", „Gardianul", „Cotidianul" şi

„Curentul", în timp ce în „Jurnalul naţional" şi „Cronica română" observăm o infirmare explicită a acestor ipoteze.

Aşa cum se observă şi în tabelele de mai sus, se distinge o primă categorie de ziare, în care includem „Adevărul", „Evenimentul zilei", „Gardianul", „Curentul" şi „Cotidianul", în care evenimentul studiat este privit, fără rezerve, ca un *media event* de tip transformativ, cu toate caracteristicile identificate teoretic de Dayan şi Katz. Avem, deci, de-a face cu o (auto)raportare a acestei categorii a presei scrise româneşti la eveniment, în concordanţă cu modalităţile/paşii în care a fost construit, specifice/specifici unei ceremonii transformative. În mod particular, regăsim în această categorie de ziare, explicit formulată, tema recadrajului temporal şi spaţial, ca şi tema noii relaţionări cu Rusia.

O a doua categorie de ziare, în care înglobăm „Ziua" şi „Naţional", confirmă doar ipoteza ***2*** şi, în sensul teoretic şi în contextul evenimentului studiat, confirmă, prin urmare, doar parţial ipoteza ***1***. Ele se diferenţiază de ziarele din prima categorie prin faptul că regăsim aici doar redimensionarea spaţio-temporală şi evenimentul văzut ca produs al istoriei/dezicere de istorie (elementele vizate de cea de-a doua ipoteză specifică). Remarcăm, în schimb, aşa cum se observă şi în tabelul nr. 4, lipsa referirilor la unitatea analitică referitoare la noua relaţie cu Rusia, deschisă de această ceremonie, ceea ce înseamnă că evenimentului nu îi este recunoscută, în acest sens, eficacitatea simbolică. Cu alte cuvinte, conform viziunilor exprimate în aceste cotidiane, evenimentul din 23 noiembrie 2002 realizează un recadraj, schimbă perspectiva, dar nu re-relaţionează, explicit, România, nu aduce acel element novator paradoxal, imposibil până în acel moment. Cu toate acestea, cele două ziare caracterizează evenimentul ca fiind unul excepţional, sărbătoresc (vezi tabelul nr. 9), ceea ce ne-a determinat să afirmăm că ipoteza ***1*** se confirmă parţial şi în cazul acestor cotidiane.

A treia şi ultima categorie de ziare pe care analiza – referitoare la primele noastre două ipoteze specifice – o scoate la iveală, cuprinde „Jurnalul naţional", „Cronica română", „România liberă" şi „Libertatea", în cazul tuturor celor patru fiind infirmate aceste ipoteze. Există, însă, diferenţieri semnificative între atitudinea şi modalităţile de raportare la eveniment ale celor patru ziare.

Astfel, ziarele „Jurnalul naţional" şi „Cronica română" reprezintă, probabil, cele mai elocvente exemple de infirmare clară a ipotezelor, prin infirmarea explicită a tuturor itemilor implicaţi. Astfel, este negată atât ideea că evenimentul aduce cu sine o schimbare, că induce aspiraţii novatoare, cât şi ideea că acesta ar marca începutul unei noi perioade, în contextul încheierii definitive a unui timp revolut. Aşa cum se observă din tabelele nr. 1 şi nr. 2, acestea sunt singurele ziare în care apare explicit ideea că nu intrăm, cu această ocazie, într-o eră nouă, că nu există un timp revolut, o perioadă care se încheie acum. Editorialul din „Jurnalul naţional" face, de asemenea, notă discordantă faţă de toate celelalte materiale analizate, prin negarea explicită a două dintre unităţile de înregistrare ale itemului referitor la redimensionarea spaţială (vezi tabelul nr. 3). Mai mult, „mitul salvatorului", în cazul nostru mitul „venirii americanilor", este „demontat" (dacă nu chiar „demolat") în aceste ziare. Din această

perspectivă, în „Jurnalul național", „venirea americanilor" nu reprezintă „salvarea", ci o nouă (re)subordonare, (re)intrare în sfera de influență rusească, act consfințit de vizita lui George W. Bush, cu o zi înainte, la Sankt Petersburg și de presupusa înțelegere convenită cu Vladimir Putin. Avem de-a face, cu alte cuvinte, în acest ziar, cu o perspectivă a „mitului conspirației". Pe de altă parte, perspectiva deschisă de „Cronica Română" se aseamănă cu aceea din „Jurnalul Național", comparând vizita președintelui american cu vizitele pe care sultanii din Imperiul Otoman le făceau în Țările Române, în vremea în care acestea erau subordonate Porții. Din această comparație, perdantul este, conform acestui ziar, președintele SUA, deoarece „până și sultanul (...) stătea mai mult și arăta mai mult respect față de țara pe care o vizita".

Ziarul „România liberă", deși părea să confirme primele noastre ipoteze specifice, prin apariția unităților de înregistrare din cadrul primului item (vezi tabelul nr. 1), ca perspectivă generală, neagă viziunea de *media event* transformativ. Acest ziar se raportează la vizită mai degrabă ca la o acțiune politică în care meritul revine în exclusivitate uneia dintre părți (invitatului). Schimbarea nu s-a produs nici măcar simbolic prin vizita președintelui Bush, ci ea, dacă se va face, va fi în totalitate o sarcină a conducerii politice a țării, fiind exclusiv sub semnul viitorului. „Evenimentul" pe care l-am analizat nu induce, prin el însuși, această schimbare. Or, *media event*-urile transformative au, din contră, drept caracteristică esențială, existența unei colaborări între organizatorii gazdă și invitați, chiar un fel de „complicitate" între cele două autorități, în vederea schimbării. Or, „România liberă" distinge în mod clar între acțiunea gazdelor, pe de-o parte (acțiune care nu ar fi trebuit să ducă la cele două evenimente – invitația de aderare la NATO și vizita președintelui american), și acțiunea invitaților, pe de altă parte, considerați de acest ziar ca fiind singurii „responsabili" pentru momentul de față. Această atitudine tranșantă exclude o viziune transformativă asupra ceremoniei și, prin urmare, infirmă ambele ipoteze specifice despre care vorbim. Acest fapt este întărit și de absența, în acest cotidian, a oricăror categorii (unități de înregistrare) care determină itemii **II, III, IV, V** și **IX,** așa cum se poate observa și în tabelele de mai sus.

În fine, ultimul ziar inclus în această categorie, anume „Libertatea", deși infirmă, la rândul său, primele două ipoteze de cercetare, constituie totuși un caz aparte prin identitatea sa de „ziar popular" sau „tabloid". Astfel, editorialul său vrea să exprime opinia „bucureșteanului de rând" despre vizita președintelui american. În acest caz, evenimentul este văzut doar ca prilej pentru o necesară curățenie generală a orașului. Deși perspectiva pare a fi una simplistă, ea reușește să marcheze distanța care ne separă de lumea occidentală în care, formal, ne-am integrat (vezi și negarea ultimei unități de înregistrare din tabelul nr. 3). Evenimentul are, din acest punct de vedere, o eficacitate, dar nu în plan simbolic, ci în plan fizic, real; deși necesar, el nu este suficient.

Datele de analiză care relevă frecvența cu care au fost mediatizați cei trei „agenți – state" centrali în eveniment: România, SUA și Rusia, scot în evidență faptul că, per ansamblul primei părți a corpusului de analiză (editorialele și rubricile de comentarii), România a fost cel mai mediatizat agent, cu 88 de apariții,

urmat de SUA cu 45 şi, relativ îndeaproape, de Rusia, cu 36 de apariţii (cei doi indici ai analizei de tendinţă fiind: **+ 0,32**, în cazul România/SUA, respectiv **+ 0,42** în cazul România/Rusia). Dintre ziarele cuprinse de analiză, „Adevărul" se distinge prin mediatizarea cea mai frecventă a „agenţilor" România (24) şi SUA (16), în timp ce Rusia apare cel mai frecvent în „Cotidianul" (10 apariţii). Remarcăm, aşa cum se observă şi din tabelele 8.1 şi 15, că, deşi în general SUA este mai mediatizată decât Rusia (indice al analizei de tendinţă: **+ 0,11**), totuşi există şi excepţii. Astfel, observăm că în trei dintre cotidiane, anume „Jurnalul naţional", „Evenimentul Zilei" şi „Curentul", Rusia apare de mai multe ori decât SUA, respectiv 8/2, 5/0 şi 3/2. Acest fapt se reflectă în valorile negative ale indicilor analizei de tendinţă calculaţi. Tot în trei ziare: „Curentul", „Cotidianul" şi „Jurnalul naţional", Rusia este chiar mai frecvent mediatizată decât România, lucru vizibil prin valorile negative înregistrate de indicii calculaţi (vezi tabelul nr. 14). Interesant de observat, dacă ţinem cont şi de cele spuse mai sus cu privire la valorizarea noii relaţii cu Rusia, este faptul că „Evenimentul zilei" şi „Jurnalul naţional", cele două ziare care mediatizează cel mai frecvent Rusia în raport cu SUA (vezi indicii analizei de tendinţă din tabelul 15, cu valorile de –1, respectiv –0,6), se diferenţiază semnificativ, aflându-se chiar la poli opuşi, dacă luăm în considerare atitudinea lor faţă de eveniment.

Merită să amintim, în acest punct, faptul că ziarele care au constituit corpusul nostru de analiză ne-au confirmat şi multe din afirmaţiile cuprinse în corpusul teoretic. Astfel, în ceea ce priveşte proeminenţa invitatului în mediatizarea evenimentului, precum şi figura centrală pe care o ocupă acesta în etapa a treia a ceremoniei transformative, datele noastre empirice ne arată că în topul celor mai mediatizaţi agenţi individuali conduce, detaşat, invitatul, George W. Bush, cu 81 de apariţii, urmat, la mare distanţă, de personalitatea gazdă, Ion Iliescu, cu doar 15 apariţii. Acest raport se poate observa şi din indicii, în majoritate negativi, calculaţi în tabelul 16, care ne relevă tendinţa generală de a fi accentuată figura invitatului. Excepţie fac, pe de o parte, rubrica de comentariu din „Ziua", unde valoarea indicelui (0) denotă mediatizarea echilibrată a celor doi agenţi individuali şi, pe de altă parte, ziarul „Naţional", atât editorialul, cât şi comentariul, în care valoarea 0 a indicelui este dată de absenţa totală, din mediatizarea evenimentului, a celor două personalităţi.

În ceea ce priveşte cea de-a treia ipoteză specifică a cercetării noastre, referitoare la siguranţă/securitate ca element central al mentalului românesc, ipoteză care ne-a fost sugerată de viziunea lui V. Mihăilescu amintită mai sus, constatăm, cel puţin la nivelul relevat de mediatizarea acestui eveniment cu caracter novator, că această temă îşi păstrează acelaşi loc central. Astfel, conceptul de „siguranţă/securitate" este cel mai mediatizat dintre conceptele pozitive (apare de 24 de ori), fiind urmat la mare distanţă de conceptul de „democraţie", cu doar 15 apariţii. Acest fapt ne sugerează, pe de o parte, importanţa dată în prezent acestei teme în cadrul Alianţei Nord-Atlantice, iar pe de altă parte, ne indică locul central pe care continuă să îl ocupe securitatea în mentalul românesc. Dintre ziarele

analizate, „Cotidianul" este cel care mediatizează cel mai frecvent acest termen (7). Conceptul opus, cel de „insecuritate/amenințare/pericol", apare de 9 ori în materialele studiate, cel mai mediatizat dintre conceptele incluse în categoria celor negative fiind acela de „terorism" (cu 12 apariții). O interpretare posibilă a acestor date este aceea că, deși securitatea reprezintă în prezent valoarea supremă a NATO, totuși „dușmanul" declarat al acesteia nu este insecuritatea, în genere, ci terorismul.

Ca o observație, per total conceptele pozitive depășesc, ca pondere, pe cele negative (raportul fiind de 86 la 59, iar indicele analizei de tendință are, conform tabelului 11, o valoare de + **0,19**), același raport regăsindu-se și la nivelul fiecărui ziar. Există, totuși, și câteva excepții, cele mai evidente fiind „Cronica Română" și rubrica de comentarii din „Ziua" (în ambele **AT = -1**), dar și rubrica de comentarii din „Național" și editorialul ziarului „Adevărul" (unde înregistrăm un indice **AT = -0,33**). Acest din urmă ziar merită, considerăm noi, o atenție specială din acest punct de vedere: așa cum se observă din tabelele nr. 6.1 și nr. 6.2, „Adevărul" este unul dintre ziarele în care este mediatizat, per ansamblu, unul din cele mai mari numere de concepte (pozitive și negative), iar în acest caz numărul conceptelor negative este dublu față de numărul celor pozitive (14/7).

Tot în contextul siguranței, putem interpreta și pregnanța cu care se impune, în cadrul mediatizării evenimentului, viziunea mitică, în perspectiva căreia „venirea americanilor" este văzută și valorizată ca reprezentând „salvarea". Astfel, din 15 materiale analizate, 5 plasează evenimentul în paradigma acestui mit, față de numai 3 care privesc „venirea americanilor" ca incidentală, fără vreo semnificație aparte. În restul articolelor studiate, nu se face referire la această temă. Observăm, ca o confirmare, valorile pozitive ale indicilor analizei de tendință și în acest caz, anume $\mathbf{AT_1 = +0,25}$, atunci când am luat în considerare doar unitățile în legătură cu tema, respectiv $\mathbf{AT_2 = +0,13}$, atunci când am luat în considerare totalul materialelor analizate (vezi tabelul nr. 10).

A patra ipoteză a studiului nostru, ipoteză care se situează pe un alt nivel al analizei, în comparație cu celelalte trei, deoarece se referă nu atât la conținutul mediatizării, cât la modul de raportare a presei la eveniment, din perspectiva genurilor redacționale, ne-a fost indusă de natura specifică a evenimentului. Deoarece a fost vorba despre un *media event*, aceasta implicând mai ales o mediatizare televizuală în direct (toate posturile TV centrale au transmis în direct vizita), era de presupus ca în presa scrisă ulterioară, partea care ține de informarea asupra evenimentului să nu ocupe o pondere prea mare, spațiul urmând să fie alocat mai degrabă comentariilor. Și această ipoteză ne-a fost confirmată, cu o singură nuanță: spațiul informațional s-a împărțit „echitabil" între comentarii și imagini[11]. Astfel, analiza comparativă a celor două corpusuri empirice ne relevă faptul că temele sub care este așezat evenimentul în capetele de ziar (includem în analiza acestora și supratitlurile care le-au însoțit) sunt, în mare parte, asemănătoare celor

[11] Locul special pe care îl are imaginea în mediatizarea acestui tip de evenimente merită o analiză aparte.

regăsite în editoriale, aşa cum se observă şi în tabelul 17. Aici putem include majoritatea ziarelor, care privesc evenimentul fie din perspectiva curcubeului şi al interpretării posibile a acestuia, fie din perspectiva implicaţiilor politico-economice ale integrării României, fie din perspectiva politicii externe viitoare a României. Un caz aparte îl constituie ziarele „România liberă" şi „Libertatea". Primul practică în chiar capul de ziar un meta-discurs, pentru că el nu se referă la eveniment ca atare, ci la propriul său discurs anterior cu privire la eveniment. Astfel, ştirea care „deschide" ziarul este aceea că *N-am făcut speculaţii!*. În ceea ce priveşte „Libertatea", tema generală sub care este mediatizată vizita este cea a costurilor acesteia, fiind indusă şi ideea eficienţei (raport cost/ beneficiu). Această viziune este, însă, coerentă cu identitatea declarată a ziarului, aceea de ziar popular, tabloid, contractul său de comunicare cu publicul propriu incluzând registrul „gospodăresc".

În concluzie, putem spune că, în mare măsură, cele patru ipoteze ne-au fost confirmate, iar per ansamblu evenimentul a fost mediatizat ca fiind unul excepţional, în 10 din 15 materiale analizate fiind scos în evidenţă caracterul ceremonial, sărbătoresc al vizitei. De altfel, în tabelul 10 observăm că în cazul acestui item, comparativ cu ceilalţi doi, se înregistrează cea mai mare valoare a indicelui $\mathbf{AT_2}$, **anume + 0,53,** ceea ce demonstrează nu doar atitudinea precumpănitoare a ziarelor româneşti de a caracteriza astfel evenimentul ($\mathbf{AT_1}$ **= + 0,67),** ci şi atenţia mare acordată pentru sublinierea acestei nuanţări. Interpretarea rezultatelor cercetării relevă faptul că 9 din cele 11 ziare studiate s-au raportat ulterior la momentul pe care l-am analizat ca la un *media event de tip transformativ,* cu nuanţările deja delimitate mai sus, fiindu-ne confirmată, în acest fel, ipoteza noastră generală. Aceste concluzii ne sunt întărite şi de o simplă constatare empirică. Aşa cum reiese din tabelul 17, toate cotidianele analizate, fără nici o excepţie, au consacrat evenimentului atât capul de ziar, cât şi editorialul, adică cele două genuri redacţionale care definesc ediţia unui ziar, ceea ce, în sine, din punct de vedere jurnalistic, marchează excepţionalitatea unui moment mediatizat.

COMPLETĂRI

Aşa cum precizam la începutul acestui articol, analiza mediatizării vizitei preşedintelui George W. Bush în România a fost completată, în cadrul cercetării mai largi care a vizat practicile de mediatizare a integrării României în structurile euro-atlantice, de analiza unui alt eveniment politic care a beneficiat de un tip de mediatizare *excepţional*, anume referendumul privind modificarea Constituţiei României. Rezultatele detaliate ale cercetării care a vizat acest eveniment vor fi prezentate în articole separate. Deoarece ambele evenimente au fost studiate în cadrul aceleiaşi cercetări, urmând aceeaşi stuctură teoretică şi conceptuală, se cuvin a fi făcute în acest moment câteva completări şi precizări, cu atât mai mult cu cât concluziile care vor urma reies deopotrivă din analiza *media event*-ului prilejuit de vizita preşedintelui american, cât şi din analiza mediatizării referendumului privind modificarea Constituţiei.

Privit ca act politic, orice referendum interesează în primul rând sub aspect cantitativ: care este procentajul alegătorilor care sunt *pro* şi al celor care sunt *contra* respectivei rezoluţii. Ca act comunicaţional, însă, referendumul poate interesa şi sub alte aspecte. Mai precis, orice demers explicativ referitor la mediatizarea referendumului, la comportamentul de vot al cetăţenilor, la formarea opţiunii de vot, sau, şi mai general, la orice opinie despre referendum îşi capătă legitimitatea din punct de vedere ştiinţific dacă ne plasăm într-o perspectivă comunicaţională.

Această perspectivă poate presupune o serie de abordări, precum abordarea funcţionalistă (dinspre teoriile referitoare la funcţiile *mass-media*), abordarea constructivistă (care analizează discursul *media* ca element central în construcţia unei anumite realităţi), abordarea dinspre teoriile receptării (inclusiv teoriile efectelor *mass-media*), abordarea raportului dintre comunicarea mediatică şi comunicarea interpersonală etc.

Analiza noastră a abordat mediatizarea referendumului, pe de o parte din punctul de vedere al teoriilor constructiviste, în viziunea cărora discursul *media* contribuie, prin explicarea şi încadrarea evenimentelor, la definirea sau redefinirea unei realităţi – fiind vorba deci de modul în care acţionează *media*, mai mult sau mai puţin direct, prin mijlocirea sau nu a simbolicului, asupra realităţii şi implicit asupra percepţiei pe care o are publicul cu privire la această realitate – iar pe de altă parte, din punctul de vedere al noilor teorii ale receptării, a căror specificitate constă în faptul că reformulează întrebările centrale ale teoriilor comunicării printr-o inversare a termenilor,astfel încât demersurile explicative pornesc de data aceasta de la (şi au, în acelaşi timp, în centrul lor) public(ul). Conform acestei viziuni, am luat în considerare premisa că în orice analiză de acest tip nu trebuie *să se pornească* de la întrebarea cum acţionează mediatizarea asupra publicului, ci de la întrebarea inversă, anume cum acţionează publicul asupra acelei realităţi mediatice, cu alte cuvinte, cum îşi apropriază aceea realitate, ce face, în mod concret, cu ea.

CONCLUZII

Întorcându-ne la punctul de pornire al cercetării, observăm că ipoteza noastră iniţială – conform căreia cea de-a doua practică de mediatizare a temei integrării europene are ca efect inducerea unui plus de *excepţionalitate* anumitor evenimente politice – suportă şi chiar cere nuanţări şi adăugiri. Astfel, analiza celor două evenimente relevă faptul că tema integrării este coerentă cu primul eveniment, sau cu mediatizarea acestuia, reuşind să îi confere un plus de excepţionalitate, pe când cel de-al doilea eveniment este „ratat" din punct de vedere al mediatizării tocmai prin recursul la această temă. Întrebarea care se impune de la sine este, prin urmare, aceasta: care este variabila (sau care sunt variabilele) în funcţie de care tema integrării „rimează" sau nu cu un anumit eveniment politic şi mediatizarea lui; cu alte cuvinte, întrebarea este ce altceva, în afară de caracterul de excepţionalitate,

face ca un eveniment să fie potenţat sau, din contră, ridiculizat prin recursul la aceeaşi temă a integrării.

O ipoteză în acest sens ar putea fi avansată din chiar rezultatele cercetării noastre, anume aceea că natura evenimentului politic este cea care influenţează compatibilitatea sau incompatibilitatea mediatizării evenimentului respectiv, făcând recurs la tema integrării. Ipoteza ar putea fi aceea că mediatizarea unui eveniment politic care priveşte chestiuni de politică externă capătă un plus de notorietate şi de legitimitate prin asocierea cu tema integrării României în Uniunea Europeană, pe când mediatizarea unui eveniment de politică internă poate să „sune fals", o dată ce se face apel la aceeaşi temă. Tot cu titlu ipotetic, urmând să cercetăm în continuare această teorie, putem explica acest lucru prin faptul că problemele de politică internă şi cele de politică externă sunt judecate de către public prin două logici diferite: astfel, în ceea ce priveşte politica externă, *logica este cea a coerenţei,* pe când, atunci când se ajunge la probleme de politică internă, judecata se face estimând adecvarea acţiunii la realitatea empirică. Am putea spune că cele două logici sunt oarecum pandantul celor două mari tipuri de a defini adevărul în cadrul filosofiei: teoria adevărului coerenţă şi teoria adevărului corespondenţă. Această ipoteză ar avea meritul de a putea explica de ce în mediatizarea celui de al doilea eveniment a fost resimţită acut lipsa unui spaţiu public deliberativ, pe când în mediatizarea primului eveniment această lipsă nu a fost resimţită ca fiind o pierdere, ba chiar s-a dovedit că o punere sub semnul întrebării a evenimentului şi a semnificaţiei care deja îi fusese atribuită prin *mass-media,* poate fi resimţită ca un „atentat" la coerenţa sensului istoriei.

BIBLIOGRAFIE

1. ADAMEŞTEANU, GABRIELA, *Prefaţă*, în: GIRARDET, RAUL, *Mituri şi mitologii politice*, Iaşi, Editura Institutul European, 1997.
2. BERELSON, BERNARD, *Content Analysis in Communication Research,* New York, Free Press, 1952, 1971.
3. BERGER, P. şi LUCKMANN, T., *Construcţia socială a realităţii,* Bucureşti, Editura Univers, 1999.
4. BUNGE, MARIO, *Ştiinţă şi filosofie,* Bucureşti, Editura Politică, 1984.
5. CHARAUDEAU, PATRICK, *Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information*, în „Réseaux", 1997, nr. 81.
6. CHELCEA, SEPTIMIU, *Analiza conţinutului documentelor sociale*, în Chelcea, Septimiu (coord.), *Semnificaţia documentelor sociale,* p. 78–113, Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1985.
7. CHELCEA, S., MĂRGINEAN, I. şi CAUC, I., *Cercetarea sociologică. Metode şi tehnici,* Deva, Editura Destin, 1998.
8. COMAN, MIHAI, *L'événement rituel: médias et cérémonies politiques. La Place de l'Université à Bucarest en décembre 1990*, în „Réseaux", 1996, nr. 76.
9. DAYAN, DANIEL şi KATZ, ELIHU, *Media Events*, Cambridge, Harvard University Press, 1992.
10. DAYAN, DANIEL şi KATZ, ELIHU, *Télévision d'intervention et spectacle politique*, în „Hermès", 1995, nr. 17–18.
11. GIRARDET, RAUL, *Mituri şi mitologii politice*, Iaşi, Editura Institutul European, 1997.
12. GOFFMAN, E., *Les cadres de l'expérience*, Paris, Minuit, 1974.

13. GOSSLIN, ANDRÉ, *La communication politique. Cartographie d'un champ de recherche et d'activités*, în „Hermès", 1995, nr. 17–18.
14. GUNTER, BARRIE, *Media Research Methods*, London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications, 2000.
15. HOLSTI, O.R., *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*, New York, Free Press, 1969.
16. JOST, FRANÇOIS, *La promesse des genres*, în „Réseaux", 1997, nr. 81.
17. KUHN, THOMAS, *Structura revoluțiilor științifice*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1976.
18. LOCHARD, GUY, *Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. Vers un déclin des „modes configurants"*, în „Réseaux", 1996, nr. 76.
19. MIFTODE, VASILE, *Metodologia sociologică*, Galați:, Editura Porto-Franco, 1995.
20. NEVEU, ÉRIK și QUÉRÉ, LOUIS, *Présentation*, în „Réseaux", 1996, nr. 75.
21. NORA, PIERRE, *L'événement monstre*, în „Communications", 1972, nr. 18.
22. O'SULLIVAN, TIM et al., *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale*, Iași, Editura Polirom, 2001.
23. PADIOLEAU, J.G., *Systèmes d'interactions et rhétoriques journalistiques*, în „Sociologie du travail", 1976, Juillet.
24. RIUTORT, PHILIPPE, *Grandir l'événement. L'art et la manière de l'éditorialiste*, în „Réseaux", 1996, nr. 75.
25. RIVIÈRE, CLAUDE, *Structură și antistructură în ritualurile profane*, în Segré, Monique (coord.), *Mituri, rituri, simboluri în societatea contemporană*, Timișoara, Editura Amarcord, 2000.
26. VAN CUILENBURG, J. J., SCHOLTEN, O. și NOOMEN, G. W., *Știința comunicării*, București, Editura Humanitas, 2000.

DISCURSUL TELEVIZUAL. *TALK-SHOW*-UL CA DISPOZITIV DE DELIBERARE MORAL-POLITICĂ

NICOLAE PERPELEA

A. ELEMENTE ALE METODOLOGIEI DE CERCETARE: DISCUȚIA, DELIBERAREA, REGIMUL DE ANGAJAMENT

Consacrarea acestui gen de emisiune televizuală ca loc de dezbatere publică răspunde unei necesități specifice actualelor societăți democratice: legitimarea creării de consens prin intermediul participării efective a cetățenilor sau a grupărilor sociale direct implicate într-o problematică. Cum subliniază Moscovici și Doise [1992, p. 9], „ceea ce instituie consensul și îl face să fie convingător nu este acordul, ci participarea celor care l-au realizat"[1]. Cercetarea prezentată în forma textului de aici este o încercare de operaționalizare în limbajul socio-semioticii a acestui mod de validare a unei deliberări colective într-un spațiu public *sui generis*: *talk-show*-ul social-politic. Putem oare spera că prin acest gen de analiză se clarifică răspunsul la una dintre întrebările capitale care se pun atunci când avem ca obiect de studiu comunicarea politică: în ce constă valoarea *discutării problemelor* înainte de a lua decizii?

Un *talk-show* poate fi analizat ca un dispozitiv prin care interpelările se pot încarna în „emoții morale publice". Desigur, într-o analiză riguroasă, orice emoție morală are „caracter public". Dar, dacă sunt foarte mulți aceia care găsesc de cuviință să scrie una sau alta despre conceptul de spațiu public, acesta nu este un argument că în cazul comunicării televizuale putem construi analiza urmând cu strictețe un anume model al acestui gen de „spațiu".

În această parte a studiului[2] sunt alese pentru analiză patru emisiuni aparținând genului discursiv „dezbatere televizuală". Criteriul de selecție a fost

[1] S. Moscovici, W. Doise, *Dissensions et consensus: une théorie générale des décisions collectives*, P.U.F., 1992.

[2] Textul de aici este realizat în cadrul Programului CNRS – Paris „L'identité européenne en question", intitulat *Espace(s) public(s) européen(s), constructions identitaires et dispositifs télévisuels*. Acest proiect asociază treisprezece cercetători: francezi, spanioli (Universitatea Autonome din Barcelone), danezi (Universitatea din Copenhaga), englezi (Universitatea Southampton), români (Universitatea București) și canadieni (Université de Laval à Québec). Programul este centrat asupra genului televizual „dezbatere publică" – în înțelesul general de *loc de punere în scenă și reprezentare a spațiului public într-un teritoriu dat*. Membrii echipei române sunt: prof. Ioan Drăgan, dr. Camelia Beciu, dr. Nicolae Perpelea. O parte din acest studiu a fost publicată în limba franceză: I. Drăgan, *Redéfinition des territoires de la communication*, Editura Tritonic, 2002 (volum de sinteză a comunicărilor la cel de-al IX-lea Colocviu româno-francez în științele comunicării). Mulțumesc prof. Guy Lochard pentru acordul de a publica schema de mai jos într-o nouă versiune. Mulțumesc, de asemenea, colegei Anca Velicu pentru traducere.

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 361–382, București, 2004

construit plecând de la audiența și pregnanța lor în cadrul *imaginarului moral-politic*. O definiție precisă a precedentului concept ar necesita un alt cadru analitic. Pare însă suficient a aminti aici o problemă metodologică.

Un *talk-show* este un soi de spațiu public în miniatură, dar cu mare vizibilitate publică (interpretabilitate focalizată, retenție în memoria socială etc.). Aceste caracteristici fac ca întrebarea de mai sus să apară actorilor sociali (potențialii invitați la o emisiune de dezbatere televizuală a unei importante mize societale) în *formatul câștig – pierdere* din teoria jocului (vezi de ex. „dilema prizonierului"), care reliefează contrastul dintre discutarea unei decizii înainte de a vota asupra ei și cazul contrar – atunci când decid și votează simplu, fără beneficiul discuțiilor. Cu alte cuvinte, și în cazul nostru se poate considera următoarea întrebare: ce motive poate avea o entitate socială, un grup de oameni să discute o problemă într-un spațiu public cu vizibilitate de nestăpânit („uzajul" privat al receptorului), în loc să voteze simplu sau să ia niște decizii colective care folosesc reguli ce nu includ discuția?

Pentru a scurta demonstrația noastră, să luăm cazul când participanții la astfel de dezbatere nu sunt naivi, adică au o identitate socială și mediatică clar anticipată (vezi Anexa, schema nr. 1). Chiar dacă sunt cinici, ei nu pot să invoce în mod logic că vor minți sistematic, de aceea vor invoca măcar că au argumente / au competența participării la construirea unei judecăți colective *in all fairness* [Karni, Safra, 2002]. O traducere românească a acestei expresii englezești ne va lămuri mai bine: *să stăm strâmb și să judecăm drept.*

Prezentăm un set de astfel de argumente, extrase din studiile multor analiști ai discursurilor publice [Amossy, Eggs, 1999; Appel, 1994; Bonnafous, 2001; Elster, Fearon, 1998; Habermas, 2000; Mouchon, 1998]. Examinarea lor ne relevă că, pentru a emite această pretenție, preopinenții unei dezbateri trebuie să admită în mod explicit sau tacit faptul că, dacă „se pun în vorbă" în cadrul unei emisiuni televizate, aceasta:

1. ar putea forța dezvăluirea unor informații private;

2. ar putea întări consistența punctelor de vedere ale celorlalți interlocutori, deci diminua impactul raționalității limitate;

3. ar forța sau încuraja o modalitate particulară de justificare a pretențiilor sau cererilor, deci să contribuie la îmbunătățirea implementării deciziei;

4. ar ajuta la interpretarea în ochii grupului reprezentat (vezi schema nr. 2) a ultimei alegeri dinaintea deciziei, deci la întărirea legitimității și la solidaritatea grupului;

5. ar îmbunătăți calitățile morale și intelectuale ale participanților;

6. ar fi o procedură formală, dar absolut necesară, de a face „lucrul corect", independent de consecințele discuției.

Una dintre ipotezele acestei cercetări susține că, în cadrul unui *talk-show*, încurajarea unuia sau a altuia dintre argumentele și competențele discursive de mai sus este în funcție de dispozitivul tehno-simbolic care stă la baza producției emisiunii.

Pentru explicitarea acestei ipoteze este util să precizăm o distincție realizată de J. Cohen (1996) între discuție și deliberare.

Deliberarea este o formă a discuției prin care se intenționează schimbarea unor preferințe pe baza cărora indivizii decid să acționeze. Deliberarea se referă la un gen particular de discuție – unul care implică atenția și seriozitatea cântăririi motivelor pentru și împotriva unei propuneri. Înțelegerea „discuției" nu se face prin contrast (adică, nu ar fi serioasă și rațională). Deliberarea este o modalitate a discuției publice care conduce spre o decizie a cărei validitate se susține pe „motive", pe când *discuția* este mai concretă și face recurs la un simplu joc de noroc al informației. Pot să spun, de pildă, că „am deliberat cu mine însumi", dar este ridicol dacă zic „am discutat în forul meu interior". Dar este foarte des întâlnită la oamenii noștri politici o expresie de soiul „Am avut, pe această temă, o discuție cu Popescu și s-a lămurit problema" – ca atunci când trebuie să înțelegem că la producerea diferendului era doar absența unei informații private și că nu-i de nasul nostru să aflăm mai multe detalii. Printr-o analiză de discurs descriptivistă a dispozitivelor televizuale, vom încerca să evidențiem că unele *talk-show*-uri privilegiază discuția, altele deliberarea. Primele trei dintre argumentele de mai sus sunt specifice discuției, următoarele deliberării. Dar trebuie să fim atenți la *continuumul* dintre aceste competențe[3].

Programul general (vezi nota nr. 2) în care se înscrie acest studiu critică ideea omogenizării (în general prin mondo-americanizare) dispozitivelor televizuale și susține ipoteza unei specificări culturale, atât a modurilor de tratament tematic, cât și a conformației efective a dispozitivelor (tipuri de actori solicitați, organizarea interacțiunii verbale, scenografia, punerea în scenă vizuală).

Analiza este centrată asupra unor emisiuni care aparțin genului televizual *dezbatere publică*, în înțelesul de loc de *imaginare și reprezentare a spațiului public existent la un moment dat într-un teritoriu național*. Metodologia adoptată ne permite însă o interogare analitică a:

1. mizelor legate de promovarea tot mai insistentă în cadrul jurnalismului televizual a „vorbirii actorilor anonimi" [trecere de la *media* la *mediații* – G. Lochard, J.-Cl. Soulages, *Les imaginaires de la parole télévisuelle*, în „Réseaux", Paris, CNET, 63/1994];

2. efectelor posibile ale acestor „producții mediatice" asupra constituirii unei *comunități spectatoriale europene.*

Programul de cercetare din care face parte acest studiu prezintă în detaliu o comparație cu dispozitivele mediatice de dezbatere publică franceze, engleze, daneze, spaniole și canadiene. O astfel de analiză de discurs contrastivistă pare indispensabilă. Acest lucru nu este posibil în contextul de față, dar poate că reușim să construim un model care, prin analiza caracteristicilor generale ale regimurilor de angajament moral-emoțional, ne poate furniza și câteva elemente pentru susținerea pertinenței unor ipoteze interpretative ale unui „angajament spectatorial românesc".

[3]Urmărind cu atenție analiza de mai jos, am putea oare lansa ipoteza unei regresiuni dinspre argumentele 6 și 5 spre argumentul 1, dinspre *regimul deliberării colective* către *regimul simplului control*?

Aceste emisiuni intervin ca *suport de amplificare* a reprezentărilor colective. *Acceptabilitatea* lor la nivelul straturilor critice ale publicului este generată de faptul că *dispozitivele* prin care se realizează ca *proiect comunicațional* [Charaudeau, Ghiglione, 1996] îmbracă formele unui statut de *ritualuri civice*. Cu alte cuvinte, ele se prezintă telespectatorului care vrea să le recepționeze ca niște *jocuri de comunicare* a căror „parte materială" constă în niște *scene* în care se *încarnează spre exemplificare* valorile dominante ale colectivității.

Această *promisiune de exemplaritate* se intersectează cu un puternic suport de *atracție voyeuristă* [Jost, 1999; Veron, 1994]: *exhibarea* caracteristicilor comportamentale ale actorilor care au *pretenții* de reprezentanți publici ai unei instituții sociale, probleme colective sau drame individuale.

Aparent, înțelegem mai repede afirmația de mai sus dacă ne gândim la diferența dintre un joc de poker în care „cărțile" (dispozitivul) ar avea înscrise doar valoarea de câștig și nu ar atrage prin imaginea picturală a regelui, asului sau damei de pică.

Continuând cu aceeași manieră de a vorbi, susținerea acestui studiu este că ar fi greșit să plecăm doar de la acest aspect de suprafață. În realitate, o dezbatere televizuală este un joc ale cărui semnificații și *reguli constitutive* capătă manifestitudine (la nivelul extrapolării efectelor în macro-social) doar sub impactul *regulilor de circumstanțiere*[4].

În schema nr. 2 din Anexă ilustrăm o astfel de articulare între:

a. principiile și exigențele generale care caracterizează formele legitime de evaluare care sunt „în uzaj" în formaturile de dezbatere publică;

b. „sensul a ceea ce este just în situație" – cum ar fi conflictul de imperative moral-emoționale.

Obținem astfel patru „cadre de pertinență" operaționalizabile ca patru tipuri de *imaginare de legitimitate.*

[4] „O intenție, susține Wittgenstein [1961, p. 337], este încorporată în situațiile sale, în cutum(și în instituții. Dacă tehnica jocului de șah nu ar exista, eu nu aș putea să am intenția de a face (partidă de șah" . Să facem o analogie între *conceptul de dispozitiv* și acela de *tehnică de joc.*

Ca și o constituție politică, ca orice „regulă a jocului", dispozitivul este un soclu de capacități preintenționale care posibilizează, dar nu determină, întrucât constituie doar acel „context intern" care delimitează câmpul interpretărilor posibile din mintea noastră sau din stilul de receptare colectivă a unui grup social. O astfel de regulă, experiementată rutinier, poate deveni o *dispoziție încorporată care formatează din interior practicile* și gesturile curente. Aceste reguli se automatizează progresiv și s(perfecționează în așa fel încât ne-ar fi imposibil să le explicităm. Se poate zice din acest moment c(„regulile sunt fără obiect" (nu au conținut reprezentațional) și devin „principii imanente".

Wittgenstein [1961, p. 656], analizând „jocurile de limbaj", recomanda: „Considerați jocul de limbaj ca un lucru *primar*". Astfel, în privința jocului de șah, *regulile constitutive* sunt non-negociabile (spre deosebire de jocul politic care consistă în a negocia aplicarea unei prevederi constituționale în funcție de interesele de moment ale unor persoane din „aparat") și desemnează proprietățile sau, mai bine zis, *semnificația* „calului", „nebunului", „turnului", „regelui". Aceasta, în timp ce *regulile de uzaj* (*de circumstanțiere*) se referă la performanța sistemului: dat fiind timpul p(care îl mai am, starea nervoasă, experiența privind matul cu turn sau cu nebun și cal, dar chiar ș nevoia de spectacol pentru cei din jur – la ce voi renunța (pentru a captura ultima piesă de apărare (adversarului), la turn sau la cal ?

Emisiunile *talk-show* pe care le socotim „schițe" ale acestui imaginar au fost selectate în urma unor indicii sugerate de câteva interviuri comprehensive și *focus-group*-uri cu telespectatori. Astfel, au fost introduse în corpusul de analiză doar acele exemplare ale acestui gen discursiv care pot fi categorizate – de un *observator moral oarecare* – drept exemplificare a unor *modele etice*.

Consecința acestei susțineri este următoarea: în *imaginarul moral-politic occidental*[5] un *talk-show* este expectat ca un ***model public de emoție interpelativă*** pentru a ajunge la „actul pentru care actorul este responsabil"[6].

Văzute prin intermediul conceptului de ***regim de angajament moral*** [N. Perpelea, 2002], aceste expectații se încarnează în următoarele regimuri:

1. Regimul controlului simplu: acesta corespunde doar lui *el face așa*. Dispozitivele acestor *talk-show*-uri politice încurajează „eliberarea" de informații private și încarnează dorința unui control public simplist – prin ranchiună (emisiunea *Senzațional – în direct cu Dan Diaconescu*) și printr-un umor uneori crispat (*Chestiunea zilei*, *Marius Tucă – Show*).

2. Regimul recunoașterii: este vorba de ansamblul „persoanelor adulte și cu spiritul social sănătos" și de „opinia publică" care se preocupă *să știe dacă* personalul politic are și își dezvoltă motivația de a acționa potrivit așteptărilor societății. Pentru a arăta că au un *spirit sănătos,* protagoniștii invitați în studio nu ezită să se supună interpelărilor adesea „bombănitoare" ale animatorului. Ei se grăbesc să își mărturisească un soi de vinovăție virtuală. „O vină mărturisită este pe jumătate iertată" – se zice în „cultura populară"! Emisiunea *Marius Tucă – Show* pare a fi un bun exemplu al acestui tip de emoție interpelativă.

3. Regimul deliberării colective: cetățenii se preocupă să afle dacă marile personalități au aptitudinile generale necesare pentru a se angaja într-o reflexie

[5] O incursiune mai detaliată în modelele de analiză ale acestei ipoteze este prezentată în lucrarea „Corpul comunicării provocat" [N. Perpelea, 2002]. În această notă sunt reluate în rezumat doar supozițiile ei tacite. Acest gen de reflexivitate poate deveni chiar sursa naiv-reflexivă a pasiunii care face receptorul să investească „timpi de audiență" în privința *talk-show*-ului. Atunci când sunt realizate interviuri cu „marii consumatori de *talk-show*-uri", observăm o *atitudine de credință* asemănătoare celei din cazul „medicinii naturiste". Mecanismul mintal al acestei auto-programări este alimentat prin sentințe reflexive de soiul „nu știu ce, care și cum este adevărul, dar pot să *simt* cum sunt vorbele prin care el este tăinuit". O caracteristică a *imaginarului occidental* (în înțelesul de „loc mental") contemporan este aceea de a ne prinde pe toți într-un mare vârtej al bănuielii: există undeva un adevăr inocent, care preexistă manifestărilor sale „concrete". Este necesar a fi descoperit: adică trebuie să fie învinse (de către „puterea de a zice adevărul") formele care-l impurifică, precum trebuie puse mereu la îndoială instrumentele („vorbirea revelatorie") prin care este descoperit. Așadar, mentalitatea noastră occidentală (desigur, nu o avem numai pe asta!) presupune în mod implicit că această vorbire este întrucâtva adevărul însuși și poate avea o „valoare de evidență" – cu condiția de a fi o vorbire „în sine", adică a nimănui. Observăm că termenul cheie este acest „nimănui": cum se asigură *Neuterul* (J. Habermas) său? Se presupun aici două opacifieri: ***1.*** cea venită dintr-o intenționalitate (voluntară, dar și involuntară), ***2.*** cea legată de perspectiva privirii unui individ sau grup – asemănător „petei oarbe" din psihofiziologia oculară.

[6] Williams B., *Truth and Truthfulness. An Essay in Genealogy*, Princeton, Princeton University Press, 2002.

practică pe termen lung. Dispozitivul – animatorul şi protagoniştii – acestor emisiuni trebuie să fie o încarnare a ceea ce cetăţenii ar vrea, la modul ideal, să fie: un bun amestec între raţionalitate, virtute, civilitate şi individualitate. Emisiunea *Sub semnul întrebării* încearcă, să se constituie ca un model al acestui tip. Finalmente, ea încarnează mai degrabă emoţia jubilării şi a unei adulaţii de sine.

B. ANALIZA DESCRIPTIVISTĂ A DISCURSULUI ÎNCARNAT ÎN PATRU DISPOZITIVE TELEVIZUALE

Unele dintre emisiunile alese pentru analiză au dispărut din programele canalelor de televiziune româneşti, dar nu şi din memoria socială a telespectatorilor. Pentru acest motiv, le socotim ca fiind încă utile constituirii unui corpus pertinent de analiză a expectaţiilor imaginarului social-politic actual, în privinţa necesităţii şi rolului construirii unor probleme publice prin deliberare în cadrul spaţiului public de tip mediatic.

I. Senzaţional – în direct cu Dan Diaconescu – sau actul umilirii în locul justiţiei

Din martie 1998 până în iunie 2001, *talk-show*-ul aparţinea canalului de televiziune Tele7abc. De la 1 august 2001, Dan Diaconescu a devenit principalul investitor al unui nou canal de televiziune: Oglinda TV (OTV). În data de 12 septembrie 2002 canalul şi-a încetat activitatea în urma unor sancţiuni ale CNA. Începând cu 5 aprilie 2004 OTV îşi recapătă licenţa de emisie.

Denumirea postului, *Oglinda* TV, dacă a fost anume aleasă, dezvăluie, încă o dată, principiul care pare a fi constitutiv emisiunii: acela de a arăta „realitatea" ca într-o oglindă, „aşa cum este ea", fără însă ca emisiunea respectivă să arate că ar vrea să acţioneze în, sau să facă parte din aceea realitate. Principala sa grijă pare a fi aceea de a provoca această realitate să facă mai mult „zgomot" în faţa oglinzii.

1. CONSTRUCŢIA IDENTITĂŢII COMUNICAŢIONALE ŞI IMAGINARELE ACTIVATE

Identitatea socială a protagoniştilor: personal politic „uitat" sau de rangul doi – directori în Ministere; lideri din cadrul unui partid, „care mişcă în front"; primari ai unor oraşe; senatori şi/sau deputaţi care vin să îşi justifice interpelările excepţionale din şedinţele Parlamentului; membrii cunoscuţi ai unor partide politice acuzaţi de trafic de influenţă; personal diplomatic guraliv; oameni de afaceri controversaţi; reprezentanţi ai ONG; persoane deţinând funcţii (administrative, în justiţie, în armată, poliţie, la direcţiile marilor cluburi sportive) şi care sunt în „dizgraţie"; victime ale vânătorii de vrăjitoare – adesea autoproclamate.

Cum se justifică prezența în platou și luarea de cuvânt a acestor indivizi? Animatorul nu uită să sublinieze la modul obsesiv: pentru că în România există întotdeauna un fel de *mafie* care pune obstacole în fața noilor forme de activitate[7].

Aparent, invitații vorbesc în numele unei noi tendințe a „societății civile", ei dorind să prezinte telespectatorilor „adevărata" situație a „instituției" sau a „cazului X". În realitate, identitatea lor este schimbată: ascunzându-le *condițiile de enunțare*[8], li se conferă *o nouă identitate mediatică* – cea de marionetă ce se dă în spectacol.

Ce ipoteze putem formula în privința funcționalității celor trei ***imaginare profesionale*** (prescriptiv, evaluativ, fictivitate)?

Din perspectiva ***imaginarului prescriptiv*** („idealul presei", „locurile excelenței"), acest *talk-show* se vrea un fel de interfață între cei care luptă să-și justifice interesele, normele, valorile, tipurile de compromis. Vom vedea că el este decuplat de ***imaginarul evaluativ*** („standardele breslei"). Iar aceasta nu din cauza unei ofensive originale față de conservatorismul breslei moderatorilor de dezbateri, ci pur și simplu sub presiunea ***imaginarului de fictivitate***. Pe acesta din urmă îl numim astfel deoarece funcția sa – aceea de postulare a publicului specific (televiziunea se înfățișează ca un soi de *alter ego* al telespectatorului) – se realizează prin procedura *falsei naivități*. Un echilibru cu primele două imaginare ar fi necesitat însă captivarea receptorilor prin construcția unor *figuri ale protestului moral.*

Or, dispozitivul pare a fi special construit pentru a pune sub semnul derizoriului toate tendințele. Invitații sunt „protestatari" care provin din instituții și organizații foarte diverse. Nu se pune problema tematizării unei *probleme sociale* sau a rezolvării unei probleme definite ca fiind *publică*. Printre invitați nu există *experți*; actul semnificării se concentrează aproape exclusiv asupra *caracterului personajelor* și asupra informațiilor „ascunse". „Jocul" este acela de a scălda pe cineva sau ceva într-o lumină suspectă. Foarte adesea, animatorul întreabă/cere: „bine, să sfârșim cu acest subiect și să facem o pauză publicitară. Dar nu, opriți, opriți, înainte de asta, gândiți-vă încă o dată, dacă nu cumva v-a scăpat un «detaliu ...important» care va face explozie mâine?"

[7] În timpul pregătirilor pentru lansarea noului post de televiziune, animatorul vorbea de un fel de conspirație a CNA-ului contra postului „Oglinda", amenințând că va începe să emită din ...Bulgaria (aluzie la faptul că, în timpul regimului comunist, românii au făcut antene foarte sofisticate pentru a putea prinde meciurile de fotbal transmise de către televiziunea bulgară).

[8] Astfel, animatorul nu intervine, în mod special, atunci când invectivele între invitați devin prea scandaloase sau când desfășurarea acestora trece de un bun simț elementar. Trebuie să remarcăm că în noiembrie 2000 – perioadă cu interdicții tipice unei campanii electorale – CNA a sancționat moderatorul emisiunii cu avertisment, iar canalului Tele 7ABC i-a fost *diminuată licența cu 6 luni* pentru „lipsa de reacție a moderatorului emisiunii *Senzațional – în direct cu Dan Diaconescu*, fapt care a condus la o inacceptabilă alterare a climatului dezbaterilor în cadrul emisiunilor difuzate în zilele de 9, 10 și 15 noiembrie".

2. SPAȚIUL TELEVIZUAL

Scenariu: cadru foarte simplu creat în studio. Pe fondul roşu-alburiu, în spatele mesei hexagonale, este scris numele prescurtat al canalului (OTV), ca o spadă scurtă şi groasă. Numele emisiunii este scris pe banda de anunț *à la* CNN. Decorul draperiei care înconjoară masa permite digresiunile subconştiente despre suferințele trădătorului: în mijlocul unui alb sever, pliurile sunt în culoarea roşu spălăcit („se spune că sângele trădătorilor nu este chiar roşu). Invitații sunt aşezați unul lângă altul. Cât despre identitatea socială a invitaților, ea este în mod manifest, ireconciliabilă, animatorul fiind aşezat la mijloc.

3. SPAȚIUL INTERLOCUȚIONAR

Cea mai mare parte a timpului vorbesc invitații (care sunt în număr de **1, 2** sau **3;** rareori, chiar **4.** Adesea, aceştia se întrerup fără ca, în general, moderatorul să intervină (doar în cazul în care situația devine extrem de tensionată). Dar, de obicei, invitații au grijă să nu li se ceară să vorbească la momentul inoportun (ei devansează acest moment) sau să nu fie apostrofați că nu şi-au respectat rândul la microfon.

Câteodată invitații nu se privesc, pot chiar să pretindă că „nu îşi vorbesc" – în acest caz, ei cer ostentativ moderatorului să „transmită domnului X că....". Se pot chiar vedea avertismente de genul: „Priviți, dragi telespectatori, priviți pe cine ați ales ca senator, cu cine trebuie eu, acum, să-mi bat capul..." etc. Nu doar odată s-a întâmplat ca unul dintre invitați să se enerveze (sau să poarte această mască) şi să părăsească studioul.

Adesea este sunată (pe telefonul mobil) o persoană implicată într-un scandal şi, în acest caz, conversația este mai „elegantă": „nu se face" să te bați cu umbra cuiva. Se întâmplă să se lanseze, în acest mod, invitația să vină repede în emisiune!

4. SINCRONIA COMUNICAȚIONALĂ

În general, camera este fixată asupra celui care vorbeşte (aproximativ 3/4 din timp); pentru restul timpului, este un plan de ansamblu. Planul de ansamblu este construit prin două procedee:

1. Interlocutorii luați cu vedere din față: când cei 2 (3) invitați îşi vorbesc; când replicile sunt scurte.

2. Unghi de vedere al profilul animatorului (aproape în acelaşi timp invitații sunt arătați în *gros-plan*):

a. Pentru a sublinia interpelările insidioase ale acestuia:

– „Se spune că ați furat câteva milioane de dolari pe căi legale. Acum, că «Europa» vrea să ne primească la ea, veți profita pentru a vă lua tălpăşița?"

– „Cum se face că nu ați fost încă arestat?"

– „De ce vreți să luați locul lui...?"

– „Sunteți un hoț, aceasta este afirmația unui jurnal de mâine. Cum comentați?" etc.

(Animatorul pretextează că el nu face altceva decât să pună întrebările care se pun plecând de la „opinia publică" sau de la „mass-media").

b. Privirea „insidioasă-surâzătoare" a animatorului este, de asemenea, destinată să sublinieze funcția de prezentificare catodică a telespectatorului, față de care animatorul se legitimează ca „delegat". Iată un fragment din emisiunea din 3 decembrie 2001, consacrată moțiunii parlamentare *Cercetarea* (privind bugetul pentru cercetare), unde au fost invitați 4 deputați, 2 din partea puterii și 2 din partea opoziției:

– D. Diaconescu: „La sfârșitul emisiunii, o ultimă întrebare a telespectatorilor: A cui este vina că cercetarea științifică românească este...? Dar pentru faptul că, ca de obicei, suntem pe ultimul loc în Europa?"

– (precizare venită din partea invitaților: „Alții sunt cei care...")

– D. Diaconescu: „Deci, timp de 12 ani toți parlamentarii au pus umărul la distrugerea cercetării".

– Ne oprim aici pentru această seară, ne oprim aici cu cercetarea.

IPOTEZE INTERPRETATIVE

Se vede, deci, situarea acestei emisiuni în imaginarele din cadranul **I + II** ridică anumite probleme. Teoretizarea noastră trebuie să protejeze nucleul dur al unei explicații supuse la două falsificări:

a. „Consacră" cu adevărat acest joc societatea civilă? Cine are nevoie – evident, dincolo de interesul de creștere a audienței – de această proiecție, lipsită de valoare, asupra a ceea ce semnifică „societatea civilă"?

b. Cum justifică telespectatorul, în propriii săi ochi, poziția de ***receptor activ*** al acestui tip de emisiuni? Care sunt normele morale situate în spațiul opiniei publice care autorizează această privire[9] ?

Emisiunea propune o viziune derizorie asupra tuturor convențiilor, normelor, acțiunilor, *status*-urilor și rolurilor sociale. Dar nu trebuie să se vadă aici doar proiecția unui telespectator cu o „privire zeflemitoare".

Factorul de identificare a telespectatorului cu „delegatul" (animatorul) punerii în scenă a unei deriziuni/zeflemele sociale corespunde, de asemenea, unei dorințe de răzbunare pe „succesul de paie" al anumitor personaje notorii ale spațiului public. Cum nu este posibil să manifești emoția de ranchiună (invidie/pizmă) în privința unui astfel de succes, actul răzbunării este „delegat" animatorului.

Dar acesta nu are aerul că ar vrea să se murdărească pe mâini și atunci îi lasă pe invitații săi să se interpeleze între ei, adică să cadă în mocirla proprie.

[9] În acest moment nu dispun de o cercetare etnografică, condusă în mod riguros, dar se poate spune că există mulți telespectatori care privesc aceste emisiuni, evitând să recunoască acest lucru, în toate cercurile conversaționale. Canalul OTV funcționează ca un fel de CNN pe care poți să îl alegi pentru a vedea un scandal „ca la carte".

II. Chestiunea zilei – sau când peştii fitofagi se grăbesc să râdă

Data difuzării: 1 octombrie 1995 – 1 iulie 2001.
Animatorul Florin Călinescu a părăsit între timp canalul PROTV, cumpărând pachetul majoritar de acţiuni de la postul Tele7ABC de unde a demisionat Dan Diaconescu („Senzaţional cu ..."). Începând cu toamna anului 2004, Florin Călinescu a anunţat că îşi va „reînvia" *talk-show*-ul la PROTV.

Chestiunea zilei este un exemplu tipic de ***talk-show* american importat cu succes în România**: subiecte frivole sau serioase, tratate în aceeaşi manieră, teatralizate, toate discuţiile păstrând o notă tragi-comică, acompaniată de o formaţie de muzică (*bande*) care intervine pentru a marca „momentele bune" ale moderatorului sau ale invitaţilor, cu „canapeaua psihanalitică" pe care rămân aşezaţi invitaţii etc. Totuşi, este greu de spus că *talk-show*-ul moderat de Florin Călinescu (F.C.) este o copie fidelă a **americanului „Tonight Show"**, moderat de **Jay Leno**.

PUNEREA ÎN SCENĂ

Emisiunea începe cu un monolog al moderatorului – probă a talentului său actoricesc şi a capacităţii sale de improvizaţie. La fiecare emisiune sunt, de obicei, doi invitaţi. Înainte de începerea campaniei electorale pentru alegerile legislative din 2000, invitaţii erau aleşi dintre oamenii politici. În timpul campaniei electorale[10], pentru a respecta normele privind mediatizarea candidaţilor, persoanele invitate aparţineau altor sectoare de activitate.

Emisiunile de vineri seara au un puternic caracter de divertisment[11], prezentându-se publicului persoane necunoscute (mai mult de doi într-o seară), dar care se disting printr-o aptitudine sau un „hobby" bizar.

SPAŢIALIZAREA

Din punctul de vedere al clasificărilor „profesioniştilor media", emisiunea aparţine genului *„desk-and-sofa talk-show"* (*talk-show* între birou şi canapea). Li se rezervă întotdeauna invitaţilor canapeaua, moderatorului biroul. Această distribuţie a locurilor în platou are uneori darul de a nemulţumi invitaţii, care se consideră dezavantajaţi prin poziţionare (este cunoscut cazul ministrului de finanţe care a refuzat invitaţia pe motiv că moderatorul aşezat la birou va fi receptat ca „mai înalt" decât ocupantul canapelei!).

Canapeaua, ca şi biroul, sunt orientate către public; în spate se poate vedea o mare lucarnă care se deschide imaginar către imaginea unui oraş noaptea (clădiri înalte, copaci, lună, stele...). Culorile care domină sunt albastrul şi maronul.

[10] Florin Călinescu a moderat, de asemenea, o „finală electorală" între 6 candidaţi (actualul Preşedinte, Ion Iliescu, a „evitat" să participe!) la prezidenţiale. În timpul emisiunii, animatorul a monopolizat emisiunea vorbind 41% din timp!

[11] Se pot remarca aluzii politice implicite („România merge înapoi... ", opinie politică încarnată în prezentarea unui ins care a străbătut ţara în maşarier).

Planul de ansamblu, *prim planul* şi *planul median* sunt utilizate cel mai frecvent. De asemenea, mai ales pentru emisiunile de vinerea, se utilizează *planul întreg* şi *planul american.*

Acompaniamentul muzical asociat frazelor „memorabile" ale animatorului creează un *efect de dresaj* al audienţei în ceea ce priveşte lucrurile pe care trebuie să le reţină sau pe cele care merită să fie aplaudate.

MODALITĂŢI DE ABORDARE A AUDIENŢEI ŞI A INVITAŢILOR

Emisiunile reprezintă, în general, o ocazie de a urmări virtuozitatea moderatorului de a „zăpăci" şi de a „ţine lecţii" invitaţilor, prin întrebări bine alese şi lungi comentarii şi afirmaţii savurate de publicul care râde, aplaudă şi deseori tropăie[12].

În anexa care urmează este vizibil cum animatorul „împinge" publicul spre a avea „emoţii inadecvate"[13] – neuitând să-i aplice o corecţie după consimţământul său.

Moderatorul se lansează în lungi dizertaţii, după care are aerul că dă cuvântul invitatului, care fie nu este la înălţimea discursului moderatorului în folosirea „cuvintelor de spirit", fie nu este de loc la largul său în a-şi argumenta punctul de vedere.

Emisiunea nu este locul unei confruntări de argumente, ci, mai degrabă, spaţiul unui *simulacru de dialog*. Deseori, invitaţii cer cu insistenţă să fie lăsaţi să vorbească, ameninţând că vor părăsi studioul. Dar, în comparaţie cu *Marius Tucă Show* (ANTENA 1) şi mai ales cu *Senzaţional cu...* (OTV), nimeni nu a părăsit studioul...

Ameninţările sunt, deci, în acest caz, doar reguli constitutive ale *jocului de limbaj*!

IPOTEZE INTERPRETATIVE

Moderatorul recurge *la tehnici metatelevizuale* [N. Perpelea, 2002]. De exemplu, el face deseori apel la imaginea nebunului curţii regale, îşi asumă acest rol şi se autoparodiază. *Adeseori el parodiază chiar dispozitivul talk-show*-ului.

În aceeaşi seară, pe un canal concurent (ANTENA 1), un *talk-show* aparent mai puţin politizat – *Noaptea târziu cu Mircea Badea* – parodiază emisiunea făcută de Florin Călinescu! Se poate constata un veritabil *flux intertextual,* a cărui ţesătură se prelungeşte către „subiectul receptor".

Vl. Jankélévitch afirma că ironia distruge valorile desuete şi că umorul apare după omorârea acestor valori, pentru a le introduce într-un *muzeu al afectivităţii.* Ironia ia distanţă în raport cu jocul, iar umorul ia distanţă în raport cu solemnitatea întristată. În această variantă a *talk-show*-ului, filosoful, prieten al lui Cioran, putea

[12] „Presa scrisă" nu uită să sublinieze că, de obicei, spectatorii sunt plătiţi cu o sumă de bani care le permite să cumpere un kilogram de „carne de vită".

[13] Se poate vorbi aici de un fel de *emoţii remanente* – publicul nu are timpul necesar pentru a da expresiei emoţionale o nouă formă evaluativă (în exemplul nostru, publicul aplaudă după comunicarea unei veşti tragice).

să vadă *ironia oprită în mijlocul datoriei* sale – umorul cu orice preț (scuze audienței) venind să completeze prea devreme rolul său sanitar[14].

III. *Marius Tucă – Show* – sau poporul mormăie, dar iartă

Televiziunea: ANTENA 1. Zilele de difuzare: de luni până joi.
Orele: 22–23.
Rating foarte oscilant, în funcție de subiectul emisiunii: sondajul AGB Data Research despre preferințele telespectatorilor din februarie 2001: *Marius Tucă Show* –13,9%, comparativ cu *Chestiunea zilei* (PRO TV) – 4,8%, *Copii spun lucruri trăznite* (PRIMA TV) – 8,5%, *Teo Show – talk show* în stil *telenovelas* – (ACASĂ) – 5%.

TIPUL DE EMISIUNE – DIN PERSPECTIVA COMENTARIILOR „ANALIȘTILOR *MEDIA*"

– Temele: întotdeauna un subiect de „actualitate", „cald", „ce merită a fi dezbătut".

– *Talk-show* fără public. Câteodată, legătură telefonică în direct cu telefoanele telespectatorilor. În primul an al emisiunii (care pe atunci se numea *Milionarii de la miezul nopții*), legătura telefonică cu telespectatorii se stabilea în fiecare seară[15]. Acum acest lucru nu se mai întâmplă în fiecare emisiune. De altfel, după anii 1997–1998, intervențiile în direct prin telefon sunt din ce în ce mai rare în toate *talk-show*-urile.

– *Talk-show* tip dezbatere; el oferă, prin invitații săi, opinii contradictorii asupra subiectului în chestiune. Teoretic, este un *talk-show* de genul „toți contra toți" (vezi, de altfel, poziționarea invitaților). Marius Tucă nu reușește să păstreze un rol de mediator în întreaga dezbatere. Apar deseori chiar avertismente de genul: „Vă las în pace ca să văd unde puteți ajunge".

– *Talk-show* de „senzație". Emisiunile sunt realizate în jurul unor subiecte care au „explodat" în ziare și invitații sunt cei care au devenit subiecți de controversă prin fapte de notorietate.

„ISTORIA" EMISIUNII

„O alternativă viabilă a canalului public de televiziune" – aceasta era intenția declarată de către ANTENA 1 în **noiembrie 1993**, în epoca monopolului celor

[14] Așa se explică, de asemenea, faptul că *Chestiunea zilei* era împinsă în desuetudine, o dată ce se intră în rețeaua intertextuală cu *Noaptea târziu cu Mircea Badea* – cel puțin așa cum se pot vedea lucrurile din perspectiva fanilor *talk-show*-lui de pe canalul ANTENA 1.

[15] Cel care punea întrebarea „cea mai interesantă" – după aprecierea invitaților (fapt care uneori declanșa o adevărată luptă pentru a releva valoarea unei întrebări sau a alteia) – primea un milion de lei (la acea vreme salariul unui conferențiar universitar la o facultate „de stat" sau cercetător științific principal al Academiei). Acum s-a renunțat la sistemul de stimulare a participării telespectatorilor.

două canale ale televiziunii publice. Primele programe ale unui canal care emitea doar în zona Bucureştiului erau iniţial doar de informaţii şi filme.

Este bine primit de către aşa-zisul său „public popular". Într-o istorie scrisă de către un „analist politic" (*inteligentsia*), se spunea că acest canal face jocurile politice ale „stângii plurale" – în replică, canalul concurent, PRO TV, era preferat de către grupurile cu un anumit statut social (aici programele sunt mai *chic*, mai... americane) şi era asociat Convenţiei Democrate (centru-dreapta).

Din decembrie 1995, canalul începe să emită 24 de ore din 24, 7 zile pe săptămână. Începe diversificarea programelor şi, tot atunci, producţia proprie de programe. Canalul propune atunci propria sa emisiune de tip *talk-show*.

Prima ediţie a *talk-show*-ului se numea *Milionarii de la miezul nopţii* şi a debutat în 10 iunie 1996.

Ca şi Moromete, în decembrie 2002 Marius Tucă pare a anima, încă, cel mai popular *talk-show* al României.

MARIUS TUCĂ – ***DRAMATIS PERSONAE*** (Extrase din declaraţii sau caracterizări publice).

Invitaţii pe care „nu îi place": sunt cei care, eludând adevărul, vor doar să apară la televizor, cei care nu au nimic de spus, cei preocupaţi doar de propria imagine.

Timpul pregătirii emisiunii: uneori 10 ore, alteori o jumătate de oră, dar în fiecare zi trebuie să se teamă de ora fatidică 19,30, oră la care el trebuia să aibă cel puţin un invitat... (dacă nu trăia cu sentimentul că există undeva o frânghie sau un mecanism care se va deschide pentru a-l prinde).

Ce resimte el cel mai pregnant: satisfacţie sau decepţie?

Sentimente amestecate, începând cu „s-a terminat", „este ultima dată când...", până la momente de fericire când poate ajuta oamenii, când poate „aduce un pic de lumină".

Bretelele pe care le poartă: este sigur că nu vrea să imite pe nimeni, ci acestea sunt accesorii pe care le poartă din adolescenţă, pentru că ... îi dilată starea de spirit: „aveam impresia că bretelele îmi dădeau o extraordinară libertate a sentimentelor, a reacţiilor, a gândurilor...".

INSTRUMENTE SCENOGRAFICE

a. Genericul

–Dinamic. Imaginea: microfon tip „Larry King" (singurul simbol de pe generic)[16]. Denumirea emisiunii: *Marius Tucă – Show*.

–Muzică alertă – tip emisiune *jazz-informativ*, sugerând o emisiune de actualitate.

–Generic destul de simplu. Durata: 30 de secunde.

[16] După atentatul de pe 11 septembrie se utilizează o bandă, în josul ecranului, *„à la* CNN", unde se afişează noutăţile, informaţiile legate de subiectul emisiunii sau aşa zisele întrebări puse de către telespectatori.

b. Secvența de deschidere

Marius Tucă introduce subiectul-temă al emisiunii; vorbește despre context și despre invitați. Cea mai mare parte a timpului are o figură crispată, nu respingătoare, totuși destul de sumbră. Atrage astfel atenția telespectatorilor asupra seriozității subiectului în dezbatere. Se poate întâmpla să fie vesel și într-o dispoziție mai bună, dar numai rareori, în rest el având un aer sarcastic.

c. Închiderea emisiunii

La sfârșitul discuțiilor: concluziile. Adeseori, după concluzii se continuă cu minute bune de dezbatere (pentru că Marius Tucă poate prelungi emisiunea atâta cât dorește, direcția *Antenei 1* neimpunându-i o limită în ceea ce privește timpul de emisie).

Formula de închidere: „Noapte bună, oameni buni. Și nu uitați: *țineți aproape*!".

d. Scenografia

Culorile din studio: maro-roșcat, argintiu, albastru. Paravan în formă de semicerc în spate (în maro-roșcat și galben-auriu, cu o linie albastră la nivelul mesei). Masa, în formă de „T", moderatorul în stânga ecranului. În fața lui Marius Tucă: *microfonul*.

e. Punerea în scenă

Se utilizează 2 cadre fixe, cu una sau două persoane. Notă de dinamism dată de alternanța acestor două cadre fixe, arătând, pe rând, persoanele care schimbă replicile. Din când în când, cadre cu întreg platoul.

Costumația și gesticulația moderatorului: Marius Tucă poartă culori tari: cravate roșii, cămăși albastre, bretele roșii, „bretele deja celebre" (Larry King). Gesticulație largă, nereținută. Cea mai mare parte a timpului: mimică obosită, crispată, „stresată".

Din când în când se poate glumi și râde „un pic".

f. Publicul

Publicul țintă nu este reprezentat imaginar în platou, dar se întâmplă ca în a doua jumătate a emisiunii telespectatorii să fie interogați (într-un sondaj pe o temă dată) pentru a cunoaște părerea lor despre chestiuni precise.

Opiniile și sugestiile telespectatorilor sunt publicate doar în ziarul „Jurnalul național", care are în fiecare număr de sâmbătă-duminică o jumătate de pagină pentru a promova emisiunea *Marius Tucă – Show*.

STRUCTURA EMISIUNII

În ultima versiune de format televizual, emisiunea este împărțită în două, cu subiecte de dezbatere și invitați diferiți. Cele două secțiuni nu au aceeași durată (aceasta apare ca fiind decizia lui Marius Tucă), variațiile urmând interesul moderatorului pentru subiect. Între cele două: publicitate. Câteodată, a doua parte este rezervată divertismentului. De exemplu, în 15 februarie 2001, trupa „Taxi" a fost invitată pentru a-și prezenta ultimul video-clip muzical, subiectul acestuia fiind ... câinii vagabonzi din București.

ECONOMIA SCHIMBURILOR LINGVISTICE

a. Spațiul dialogic nu este în mod egal împărțit între invitați. Fiecare poate să se „impună" căci moderatorul are rareori grijă să îi pună să se exprime pe toți invitații săi. Câteodată, invitații și moderatorul vorbesc în același timp. Mai mult, nu de puține ori, se acuză reciproc că ...nu sunt lăsați să vorbească, că nu li se respectă rândul la replică. Dar, o diferență esențială se remarcă față de emisiunea lui Dan Diaconescu: cea mai mare parte a acestor conflicte sunt legate de evoluția modului de a trata subiectul în chestiune. La sfârșitul emisiunii, invitații nu ezită să își strângă mâinile.

b. Invitații: rareori sunt aleși în așa fel încât să formeze echipe echilibrate. Dacă, în timpul discuțiilor, survine numele unei persoane care nu este în studio, Marius Tucă poate cere echipei sale să îl apeleze pe acesta la telefon (chiar dacă este târziu) și să-l introducă în direct (în această formă telefonică) în emisiune. Se întâmplă atunci, de multe ori, ca Marius Tucă să declare interlocutorilor săi că nu se numără printre persoanele agreate, dar au fost invitați în emisiunea „sa" dat fiind că se simte dator față de telespectatori.

c. Construcția atitudinii emoționale a moderatorului

Tema aleasă pentru emisiune nu este decât rareori strict respectată, căci moderatorul nu își face griji pentru aceasta. Din contră, el însuși deturnează deseori discuția. Își persiflează frecvent invitații, deși cel mai ades este crispat, chiar aspru. De obicei, alternează aceste stări (telespectatorul trebuie să creadă că se pot citi cu ușurință pe chipul și în comportamentul său!), ceea ce face să poată fi văzut trecând de la un registru glumeț la o anumită indispoziție. Se spune (autorul acestui text nu a văzut acea emisiune!) că odată a plâns de indignare!

d. Limbajul

Aspru, deseori uluitor prin lipsa sa de politețe sau chiar prin brutalitate: „Dom`ne....", „Păi cum așa!", „Bine, lăsați-mă!". Se întâmplă să își întrerupă invitații cu o glumă prost adresată. Poate să-și întrerupă insidios invitații atunci când nu este de acord cu opțiunile lor:

Exemplul nr. 1 – dialog cu președintele Academiei Române, Eugen Simion (E.S.):

M.T. – În ce consistă faptul de a fi român, „românitatea"?

E.S. – Este o întrebare la care este dificil de răspuns, mai ales așa, aici...

M.T. – Asta nu e o problemă; avem tot timpul până dimineață la ora 6!

Exemplul 2 – dialog cu scriitorul Octavian Paler (O.P.):

O.P. – Primii mei ani de viață, ca adolescent și ca adult, au fost, într-un fel, în afara istoriei...

M.T. – Dar nu în afara vieții.

CONSTRUCȚIA IDENTITĂȚII COMUNICAȚIONALE

a. **Identitatea asumată ca moderator** variază. Se definește ca fiind un moderator („eu sunt moderatorul"), pentru ca apoi să se identifice cu publicul („Bun, sunt acum un simplu om care trăiește în ..., spuneți-mi ce pot să fac în aceste condiții?") sau să revină la profesia sa („domnule, eu sunt jurnalist!").

***b.* Identitatea socială a invitaților și identitatea lor mediatică.** Personalități ale vieții publice românești și străine (Le Pen, Bardot) și persoane având ceva de propus pentru rezolvarea unei probleme publice importante. Acest criteriu de selecție este diferit de cel care funcționează în cazul emisiunilor lui D. Diaconescu, tot diferit fiind și faptul că invitații lui Tucă sunt considerați mai „selecți" decât cei ai lui D. Diaconescu, dar nu atât de „selecți" precum cei care fac „deliciul" emisiunii lui F. Călinescu.

FACTORUL DE IDENTIFICARE ȘI PROBLEMA ... PROBLEMEI PUBLICE

***a.* Termenul de „senzațional"** aparține limbajului analiștilor politici și discursului meta-televizual. Există o mare diferență, dacă ne raportăm la „senzaționalul" emisiunii lui D. Diaconescu sau la cel care apare ca un „fapt" în sine (*ceva care este așa și nu în alt fel*).

***b.* Semnificația** – în discursul emisiunii, se constituie pe parcursul evenimentelor (*orice lucru are un început, o dezvoltare și un sfârșit*). Acest discurs reconstituie condițiile de posibilitate ale transformării unei *probleme sociale* (sau a unei probleme tacite) într-*o problemă publică*. „Senzaționalul" constă chiar în faptul că această evoluție poate avea loc. Umoarea crispată a animatorului – câteodată acesta chiar mormăie, în replică la explicațiile „prea raționale" ale invitaților – și frecvența întrebărilor de tipul: „Dar dumneavoastră ce ați făcut pentru aceasta?", sugerând telespectatorilor că ... *lucrurile ar fi putut să se întâmple altfel.*

„Din fericire, noi, jurnaliștii suntem aici pentru a nu vă lăsa liniștiți" – în diverse forme, această afirmație apare în fiecare emisiune!

Dispozitivul (interpretare provizorie)

Emisiunea se derulează într-un spațiu format prin poziționarea protagoniștilor într-un mod diametral la o masă în formă de „T", distanța de la unul la altul fiind relativ mică (ca într-un bufet de la periferie), ceea ce accentuează atât ***caracterul polemic***, cât și pe cel al cooperării și al unei ***intimități obligatorii***, într-o piesă circulară, simbol al unei „sfere spectaculoase".

Protagoniștii vor rămâne așezați pe tot parcursul emisiunii, nu există mișcare și nici public în direct.

Spațiul specular (între telespectator și protagoniști) este unitar, continuu. În acest ansamblu, *ochiul specular* al telespectatorului este invitat să înceapă cu **Dreapta Tatălui** – reprezentată prin profilul animatorului ce apare la stânga ecranului. Astfel, receptorul ocupă o poziție conversațională dominantă și, din punct de vedere fizic, dă telespectatorului impresia că este acceptat în discuție ca *membru având o autoritate egală* cu cea a celorlalți participanți (deși aceștia din urmă sunt invitați ca profesioniști ai domeniului în discuție).

Prin această procedură optică telespectatorul este antrenat într-un spațiu unde receptivitatea sa este activată într-un *dispozitiv narcisist.* Prin această cercetare/anchetă spectatorială el se ia pe sine drept un *spectator hiper-reflexiv*: începe să aibă nevoie de o oglindă, apoi are nevoia de a se vedea, în cele din urmă se „auto-autorizează" pentru a deveni un Autor.

IV. *De vorbă cu Adrian Păunescu* (ANTENA 1) şi *Sub semnul întrebării* (PRO TV) sau de la carisma personalităţii la carisma funcţiei. O analiză contrastivă.

Realizator – animator: Adrian Păunescu
a. Canalul TV.: ANTENA 1 (1 martie 2001–1 iulie 2001). Sâmbăta. Orele: 15^{00}–18^{00}; în direct.
b. Canalul TV.: PRO TV (1 noiembrie 2001–decembrie 2002). Luni. Orele: 22^{30}–01^{00}; în direct.

Toate componentele se conjugă pentru a pune în scenă proiectul unei *politea* prin care sunt consacrate marile elite.

Emisiunea pune bine în valoare personalitatea realizatorului, A. Păunescu: celebru de cel puţin două decenii, poet, în vechiul regim anima spectacole de muzică şi poezie de dimensiuni enorme, unde se cânta pe propriile sale versuri şi unde îşi recita poeziile, cu vocea sa puternică, ce umplea stadioanele şi sălile de sport. În mod evident, personalitate foarte accentuată şi controversată. În momentul de faţă este senator.

SCENOGRAFIA

Studioul televizual este prezentat în cadru larg, camera face încet turul spaţiului central ocupat de un imens oval, în jurul căruia se găsesc invitaţii, întotdeauna numeroşi. Locul central este ocupat de A. Păunescu (A.P.).

PUBLICUL-SIMULACRU

Publicul care poate fi „ratificat" (Goffman) în acest tip de „întâlnire carismatică" nu poate fi situat decât în apropierea punctului în care intră camera. Unghiul din care se iau cadrele urmează un ac indicator ideal care este îndreptat întotdeauna spre „primele secunde ale universului" (care sunt, bineînţeles, *vorbele poetului-senator*), adică la dreapta şi destul de marginal. Publicul nu are rolul cuiva care pretinde, ci mai degrabă unul de „umbră aleasă", care are şansa de a se afla acolo, în spaţiul unei invitaţii.

PROTAGONIŞTII

Personalităţi sau oameni care vor să apară ca mari personalităţi jurnalistice. Deseori, prin identitatea mediatică atribuită invitaţilor, A.P. a încercat să construiască o *identitate-rezistenţă* în ceea ce priveşte câteva personalităţi politice sau culturale care au avut legătură cu regimul comunist – devalorizate şi/sau stigmatizate de către presa post-revoluţionară.

Foarte rar, invitaţii îndrăznesc să se aventureze în secvenţe dialogice în doi, acest lucru întâmplându-se doar atunci când sunt provocaţi de către bardul televizual.

Chiar şi atunci când *identitatea lor mediatică* este construită pe o *identitate socială* de tip hetero-reprezentativ (ei reprezentând mari instituţii sociale: Parlamentul, ministere, organizaţii etc.), ei se grăbesc să recunoască „marile merite"[17] ale lui A.P. din timpul regimului comunist – acest *rol mediatic* fiind condiţie *sine qua non* pentru o posibilă ulterioară invitaţie.

Se simte pregnant mişcarea camerei care pune în valoare spaţiul oval-rond, centralitatea sa esenţială (ca şi cum fiecare invitat ar putea fi binecuvântat, pentru câteva ore, prin faptul de a ocupa un loc mitic de Cavaler al Mesei Rotunde).

Camera insistă pe faptul de „a da să se vadă", de a se resimţi atât integralitatea cât şi detaliile.

Cadre frecvente cu A.P. aşezat, cu microfonul şi, întotdeauna, cu una din imensele sale cărţi de poezii alături, de unde va citi poezii, din timp în timp şi mai ales la sfârşitul emisiunii.

În spatele lui A.P. se află un imens panou cu titlul emisiunii, unde numele „A.P." este bine pus în valoare (alb pe negru). Culorile destul de severe, dar elegante: maron-bois, gri, negru, alb. În jurul studioului se pot vedea alte panouri albe sau gri pe care se zăreşte scris, în genul alb pe alb, ca şi cum cuvintele ar ieşi singure din piatră: *Politica, Drumul, Libertatea, Foc, Creativitate.*

Deseori: muzică folk pe versuri de A.P, pe care le acompaniază de asemenea cu vocea sa.

Aplauze...

Muzică, cântată de un foarte cunoscut cântăreţ, muzică pe versuri de A.P.: „Reînvierea, când va fi....."

Aplauze...

A.P.: figură gravă, figură a memoriei rănite ...

Memorie – Naţiune – Prezent: Sobrietate, emoţie bine păstrată, nu trebuie uitat nimic.

CARISMA FUNCŢIEI... ÎNCARNATĂ ÎN TUBUL CATODIC

Începând de la 1 noiembrie 2001, A. Păunescu a schimbat canalul de televiziune. Din acel moment a realizat *talk-show*-ul *Sub semnul întrebării* pe canalul PRO TV – un canal care se vrea mai „monden" decât ANTENA 1. Remarcăm pentru început faptul că A.P. a redus drastic prezenţa vechilor cadre ceauşiste.

Destul de prezente sunt temele legate de integrarea României în Europa – şi, chiar dacă încă într-un mod fastuos, discuţiile nu se limitează la a releva „marile tradiţii europene ale României"[18]. Alte schimbări remarcabile:

[17] Cum, de exemplu, a încercat să îi spună lui Ceauşescu că poporul suferă, că micii activişti politici sunt escroci, că marii inventatori sunt împiedicaţi să-şi facă treaba datorită pizmei etc.

[18] Deseori, invitaţii – mai ales acele persoane politice de rang secund – încearcă să „marcheze" relevând *rolul lor în integrarea europeană*, criticând alţi oameni politici, partide, instituţii politice etc.

– Publicul inert, care aplaudă replicile fastuoase, a dispărut.

– Grandilocvența este împiedicată prin noua punere în scenă: în locul panourilor-steag („Foc"...), un studio mult mai mic, cu pereți în care sunt încrustate mici ecrane albastre de tip „ordinator", pe care apar scurte enunțuri despre subiectele puse în discuție; în locul marii mese ovale (unde A.P. deținea locul central – în fața „celuilalt centru" unde era instalat telespectatorul virtual), o simplă masă rotundă, de culoare purpurie; în locul scaunelor, cuburi negre.

– Publicul este absent fizic, dar este prezent virtual; în sfârșit, masa în jurul căreia sunt așezați invitații care dezbat în emisiune este înconjurată de mari figurine verticale, în formă de semne de întrebare, care sunt dispuse în jurul studioului pentru a forma „Conturul Patriei".

– Protagoniștii pot, de această dată, să lanseze noi teme fără să fie interpelați de animator, ceilalți limitându-se să le valideze sau să aducă precizări. Nu care cumva, însă, să se aventureze careva într-o polemică prea centrată, spre a-și releva propria personalitate sau opțiune politică.

SEMNIFICAȚIA FINALĂ – *PLATOUL TELEVIZUAL CA MODEL DE LUCRU RAȚIONAL AL MARILOR OAMENI ÎN SLUJBA POPORULUI* – ESTE O CULMINARE A PATRU MOMENTE:

1. În mod progresiv, aceste figurine care stau pe tabureții care realizează „Conturul Patriei" vor fi ocupate de către diverși invitați care au probleme legate de temele în discuție: inventatori sau mici oameni de afaceri care au probleme cu birocrația, toxicomani, oameni care și-au pierdut casele în urma legii retrocedării proprietăților, șomeri, bolnavi. Persoanele invitate sunt interogate de către moderator.

2. După această „întrevedere-interogatoriu" urmează un scurt documentar cu imagini care aduc mărturie despre problema în chestiune, anchete în stradă etc.

3. Cele două momente anterioare reprezintă un fel de pregătire a deciziei deliberative: sub direcția/conducerea voluptoasă și autoritară a senatorului-bard, invitații (în medie 8–9, mari personalități, experți și oameni politici) *se pun la treabă*. Acesta este momentul în care începe *jocul camerelor video*: unghiul din care se filmează coboară sub umerii invitaților, totul se îndepărtează, pentru a lăsa să se vadă studioul care este foarte sumbru (ca umbrele nenumăratelor probleme care își așteaptă rezolvarea...) cu un spațiu de lucru la mijloc: *Atențiune, reprezentanții noștri sunt la lucru pentru decizii și legi!*.

4. În sfârșit, la căpătâiul „muncii politice": un reportaj făcut la biroul senatorial a lui A.P. prezintă cazuri dramatice: șomeri, oameni fără adăpost, bolnavi care cer să fie ajutați pentru intervenții medicale în occident, reprezentanți ai unor orășele care cer bani de la buget pentru a putea plăti apa caldă și căldura.

Cum nu am putea spune că animatorul este un farsor, trebuie să recunoaștem faptul că el încearcă un fel de temperare prin umor și ironie, dar, prin același gest, cade în plasa falsului realism.

ANEXĂ

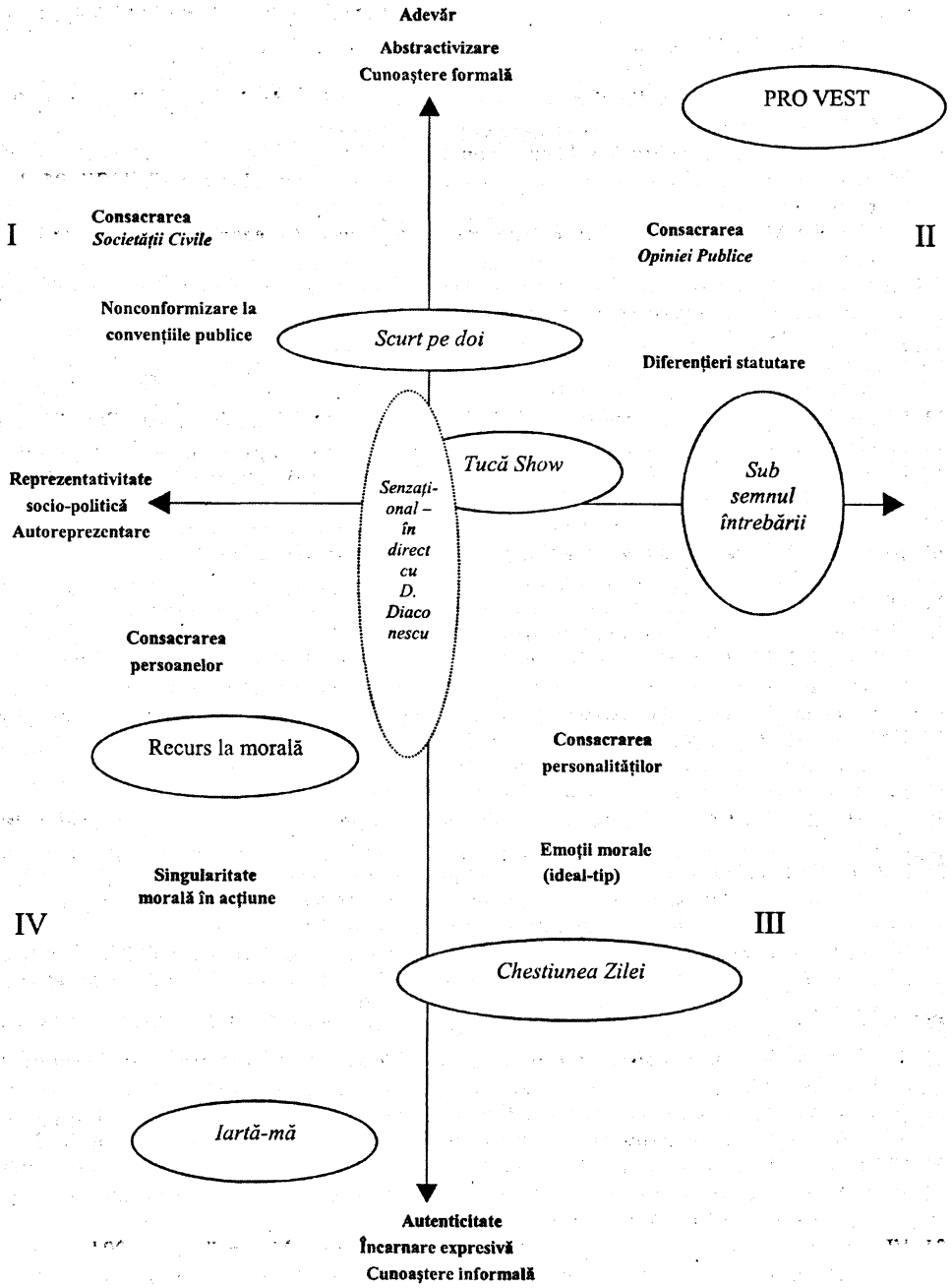
Schema nr. 1

Identitate socială şi identitate mediatică (adaptare după G. Lochard, 1999)

Identitate socială				Identitate mediatică	
Cine vorbeşte?				*Cu ce titlu?*	*Pentru ce?*
Identitate profesională	**Identitate socio-instituţională**	**Identitate geo-culturală**	**Identitate personală**	**Statut mediatic**	**Rol comunicaţional**
jurnalist animator tv medic agricultor actor prostituată scriitor avocat cercetător profesor	redactor-şef cadru (personal) politic şomer pensionar sindicalist salariat la firmă privată funcţionar angajator director de laborator ales într-o circumscripţie electorală	Român oltean ungur ţigan ţăran orăşean de la ţară din provincie rural citadin	mamă handicapat dizident transsexual pictor amator credincios	prezentator animator *-principal* *secundar* observator „candid" critic candidat autoritate expert artist autor cetăţean delegat actor martor reprezentant „o persoană"	informator regulator interviewer „alocutor" preopinent evaluator analist politic comentator şef cu putere de decizie

Schema nr. 2

Patru tipuri de dispozitive televizuale deliberative (adaptare după G. Lochard)



BIBLIOGRAFIE

1. APEL, K.-O., *Éthique de la discussion*, Paris, Les éditions du Cerf, 1994.
2. AUMONT, J., *L'oeil interminable*, Paris, Séguier, 1989.
3. BARTHES, R., *La chambre claire*, Paris, Les Cahiers du cinéma/Gallimard/Le Seuil, 1980.
4. BONNAFOUS, S., *L'arme de la dérision chez Jean-Marie Le Pen*, „Hermès" nr. 29, Presses du CNRS, 2001.
5. BOUGNOUX, D., *Bis! ou l'action spectrale*, în: „Les Cahiers de médiologie", ndeg. 1, Paris, Gallimard, 1995.
6. CADOZ Cl., *Les réalités virtuelles*, Flammarion, Paris, 1994.
7. CHARAUDEAU, P., *Une analyse sémiolinguistique du discours*, „Langages", 117/1995, Paris, Édition Larousse.
8. CHARAUDEAU, P., GHIGLIONE, R.., *La parole confisquée, Un genre télévisuel: le talk-show*, Paris, Dunod, 1997.
9. COHEN J., *Procedure and Substance in Deliberative Democracy*, în: S. Benhabib (ed.), *Democracy and Difference. Contesting the Boundaries of the Political*, Princeton University Press, 1996, p. 95–119.
10. DAYAN, D., *Télévision. Le presque-public*, în: „Communiquer à l'ère des réseaux", Paris, „Réseaux", nr. 100, 2000.
11. DELEUZE, G., *L'actuel et le virtuel* în DELEUZE, G., PARNET, C., *Dialogues*, Paris, Champs-Flammarion, 1996.
12. DESCOMBES V., *Les individus collectifs*, în: *Philosophie et Anthropologie*, Paris, Éditions du Centre Georges Pompidou, 1992.
13. EGGS, E., *Ethos aristotélicien, conviction et pragmatique moderne* în: AMOSSY, R., (sous la direction), *Images de soi dans le discours, la construction de l'ethos*, Lausanne, Delachaux et Nietslé, 1999.
14. FEARON, J. D., *Deliberation as Discussion*, în: Jon Elster, ed., *Deliberative Democracy*, Cambridge, Cambridge University Press, 1998.
15. FOUCAULT, M., *L'archéologie du savoir*, Paris, *Gallimard*, 1969.
16. KARNI, E and SAFRA Z., *The Intensity of the Sense of Fairness*, New York „Journal of Economic Theory", 2002, p. 105.
17. HABERMAS, J., *Conştiinţă morală şi acţiune comunicativă*, Bucureşti, Editura All, 2000.
18. JOST, F., *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Ellipses, 1999.
19. LÉVY, P., *L'idéographie dynamique*, Genève, Le concept moderne, Éditions 1991.
20. LOCHARD, SOULAGES J.-Cl., *Les imaginaires de la parole télévisuelle*, în „Réseaux", Paris, CNET, 63/1994.
21. LOCHARD, G. et SOULAGES, J.-Cl., *La communication télévisuelle*, Paris, Armand Collin, 1998.
22. LOCHARD, G., *Parcours d'un concept dans les études télévisuelles*, „Hermès", nr. 25, *Le dispositif, Entre usage et concept*, Paris, CNRS Editions, 1999.
23. MOUCHON, J., *La politique sous l'influence des médias*, Paris, L' Harmattan, 1998.
24. NEL, N., *Les dispositifs télévisuels* , în: J. Bourdon, F. Jost (sous la dir.) *Penser la télévision*, Paris, INA-Nathan, Collection *Médias recherches*, 1998.
25. PEIRCE, Ch. S., *Écrits sur le signe*, Paris, Du Seuil, 1978.
26. PERPELEA, N., *Corpul comunicării provocat. Modele sociologice ale pragmaticii expresiviste*, Bucureşti, Editura Expert, 2002.
27. QUÉAU, Ph., *Virtuels, vertus et vertiges*, Champ Vallon/INA, Paris, 1993.
28. SOULAGES, J.-Cl., *Les mises en scène visuelles de l'information*, Paris, INA, Nathan, 2002.
29. TIERCELIN, Cl., *La pensée-signe – Études sur C. S. Peirce*, Nîmes, Éditions Jacqueline Chambon, 1993.
30. VERON, E., *La semiosis sociale – Fragments d'une théorie de la discursivité*, Saint-Denis, Presses Universitaires de Vincennes, 1987.
31. VERON, E., *La publicité ou les mystères de la réception*, Paris, „Mscope", nr. 8, 1994.
32. WITTGENSTEIN, L., *Les investigations philosophiques*, Paris, Gallimard, 1961.

REPREZENTĂRI ALE INTEGRĂRII EUROPENE ÎN CÂMPUL JURNALISTIC

VALENTINA MARINESCU

INTRODUCERE

În cazul României, analizele dedicate „câmpului profesional" al jurnaliştilor în ultimii cincisprezece ani nu au fost circumscrise strict unei „sociologii a jurnalismului", interesată de analiza profesiei, a modalităţilor specifice în care activează şi se organizează ziariştii. Majoritar, studiile, articolele şi volumele care au tratat aceste aspecte au fost mai degrabă abordări extrem de teoretice, rareori fundamentate empiric, care au înregistrat istoria profesiei de jurnalist în România ultimilor ani – atât maturizarea sa cât şi dificultăţile inerente constituirii unei „identităţi" specifice. Astfel, în primul an după evenimentele din 1989, situaţia *mass-media* din România din perspectiva jurnalistului şi, în general, a „omului de presă" se confrunta cu următoarele „seturi" de probleme specifice [P. Gross, 1990, p. 409–410]: ***a.*** Lipsa de profesionalism şi percepţia unei părţi a publicului că vechii ziarişti au fost „contaminaţi" prin asocierea cu regimul Ceauşescu. De aceasta se lega şi preponderenţa articolelor cu caracter polemic din presă, tendinţa *media* de a se continua o mai veche înţelegere a jurnalismului şi a practicilor sale şi o larg răspândită utilizare a „limbii de lemn"; ***b.*** Inexistenţa unei politici şi/sau filosofii statuate a domeniului comunicării de masă, a unor reglementări care să răspundă schimbărilor apărute şi să ofere garanţii constituţionale pentru dreptul la exprimare şi cel la informare. După cinci ani (în 1995), referindu-se la aceeaşi problematică, M. Coman arăta că în opinia sa [M. Coman, 1995, p. 43]: „cea mai mare enigmă a presei româneşti ... o constituie jurnaliştii (care lucrează în ea)". Motivaţia acestei stări de fapt se găsea în carenţele de ordin profesional ale celor care activau în presa scrisă şi în domeniul audiovizual, acestea fiind, la rândul lor, rezultatul lipsei unei „pregătiri de specialitate adecvate". De aici, maxima „eterogenitate" care caracteriza acest grup social [M. Coman, 1995, p. 43–44], exprimată practic prin imposibilitatea de a constitui ca un adevărat „corp profesional". În anul 2003 [M. Coman, 2002, p. 13–14] problemele „profesiei" ca atare, departe de a se fi soluţionat, s-au acutizat: „Cei care lucrează în presă se află într-o situaţie de deplină ambivalenţă: ei beneficiază de un statut prestigios, dar şi

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 383–398, Bucureşti, 2004

de o imagine socială nu o dată negativă; ei au şi îşi proclamă autonomia, dar sunt supuşi presiunilor politice şi economice; se bucură de vizibilitate şi (chiar) faimă, dar nu au stabilitatea profesiei şi pot fi oricând victimele unei reduceri de bugete; promovează un discurs axat pe ideea «excepţionalismului», dar experienţa muncii de zi cu zi îi confruntă cu adversaţiuni şi umilinţe".

Problema apărută după 1990 în faţa jurnaliştilor ca „grup profesional" a constat, deci, permanent, în necesitatea de a-şi dezvolta o „ideologie", o „identitate" proprie, cei treisprezece ani de perpetuă „tranziţie" post-comunistă din România având un rezultat singular din această perspectivă [M. Coman, 2002, p. 14]: „jurnaliştii sunt supuşi unor presiuni diverse şi confuze şi, de aceea, îşi definesc cu greu un rol social unitar şi o misiune coerentă; această fluiditate a sistemului ar genera: «a crisis of professional identity, thanks to the uncertain, uneven role journalism has played in Romania society since December 1989» [P. Gross, 1996, p. 99]". O serie de articole apărute în ultimul an au analizat mult mai detailat specificul „profesiei de ziarist" în România[1], deşi marea lor majoritate utilizează „grila" de interpretare specifică jurnalismului sau – în sens mai larg – cea a comunicatorului.

Este necesară o abordare fundamentată empiric pentru a înţelege specificitatea acestui „corp profesional" specific? Prezentul articol a căutat astfel să ofere o tentativă de răspuns la această întrebare. Pentru aceasta am utilizat o abordare exclusiv „empirică" a tematicii de studiu – „reconstrucţia" domeniului de activitate, făcută de ziariştii români înşişi. Mai precis, textul a plecat de la întrebarea anterior formulată (*Care sunt modificările sistemului mass-media româneşti care vor rezulta din aderarea ţării la Uniunea Europeană?*) pentru a vedea dacă şi jurnaliştii (nu numai sociologii) consideră *mass-media* drept subsistem legat structural-funcţional de ansamblul proceselor sociale, politice şi economice existente într-o societate la un moment dat. Am avut astfel de-a face cu un demers inductiv (funcţionalist), ceea ce ne-a permis să operaţionalizăm problema studiată sub forma unor obiective specifice de cercetare:

1. Identificarea semnificaţiilor pe care jurnaliştii români le acordă procesului de integrare: *Ce semnificaţie dau Uniunii Europene? Cum definesc integrarea ziariştii români? Care sunt avantajele şi dezavantajele integrării în opinia lor?*

2. Identificarea elementelor-cheie care stau la baza reprezentării avute de ziarişti asupra dinamicii de integrare a României în UE: *Cum caracterizează jurnaliştii procesul de integrare a României în UE?*

3. Identificarea caracteristicilor actuale ale sistemului *mass-media* din România din perspectiva următoarelor elemente: legislaţie; structura proprietăţii;

[1] Abordări mai „punctuale" ale fenomenelor specifice dinamicii interne a profesiei de jurnalist pot fi găsite în seria de articole publicată de revista „Jurnalism şi comunicare": M. Coman, *Controlul câmpului profesional* (nr. 1/2002); M. Bălăşescu, *Elemente constitutive ale identităţii profesionale a jurnaliştilor* (nr. 2/2003); I. Avădanei, *Puterea lui unu. Convenţia Organizaţiilor de Media* (nr. 2/2003).

finanțarea producției și a distribuției; raportul existent între producția internă *vs.* cea externă de mesaje *media*; structura pieței.

4. Identificarea caracteristicilor procesului de integrare în Uniunea Europeană, din perspectiva sistemului *mass-media* din România: *Cine sunt instituțiile și organizațiile responsabile cu integrarea? Care sunt modalitățile posibile de integrare, în opinia ziariștilor români?*

5. Caracterizarea relației existente între sistemul *mass-media* din România, sfera politică/actori politici și public/societate (inclusiv elemente din societatea civilă), din perspectiva adoptării *acquis*-ului comunitar în domeniul ***media***: *Care sunt responsabilitățile nou apărute în cazul adoptării legislației europene din* ***media****? Care sunt factorii pozitivi, respectiv, negativi ai acestor procese de integrare ale* ***mass-media*** *românești în structurile europene?*

Din punct de vedere metodologic, datele referitoare la aceste obiective de cercetare au fost adunate prin intermediul unui set de 50 de interviuri în profunzime (cu durata de aproximativ o oră – o oră și jumătate fiecare), aplicate unui eșantion compus din cincizeci de jurnaliști din presa scrisă și audio-vizuală din București, Suceava, Pitești, Galați, Zalău[2].

Fiind dat volumul mic al eșantionului, datele obținute nu permit generalizarea rezultatelor, astfel încât să fie considerate ca reprezentative pentru opinia, atitudinile și interesele întregului corp profesional ca atare. Ele pot fi utilizate, mai degrabă, deci, cu scop explorator – pentru fundamentarea unui studiu mult mai amplu asupra problematicii supuse analizei din textul de față.

ANALIZA REZULTATELOR

Datele rezultate din interviurile în profunzime au fost analizate tematic, în funcție de „nucleele" – obiectivele specifice – considerate anterior.

1. IMAGINEA GENERALĂ A UNIUNII EUROPENE; AVANTAJELE ȘI DEZAVANTAJELE INTEGRĂRII ROMÂNIEI ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ

Analiza de frecvență[3] a vocabularului minimal utilizat în definirea termenului/conceptului de „Uniune Europeană" indică două situații distincte:

1.1. Definirea „tautologică" a Uniunii Europene – de tipul: „Uniunea este o uniune/un ansamblu/o comunitate";

1.2. Definirea prin intermediul „principului (economic sau/și social al) rațiunii suficiente" – de tipul: „Uniunea există pe baza unui set de valori/interese/piețe comune".

[2] Analiza din prezentul articol utilizează exclusiv date din *transcriptul* a 44 de interviuri. Interviurile au fost realizate în cadrul GRANT-ului CNCSIS 1177/2004 – *Mass-media și procesul de integrare a României în Uniunea Europeană – o perspectivă jurnalistică.*

[3] Analiza a fost realizată cu ajutorul programului ***WordSmithTools***.

Tabelul nr. 1

Frecvența utilizării unui vocabular minimal în definirea Uniunii Europene

Cuvânt	Frecvență	Cuvânt	Frecvență
EUROPEANĂ	81	ECONOMICE	21
UNIUNEA	57	INTEGRAREA	21
ROMÂNIA	44	ECONOMIC	20
INTEGRARE	38	ROMÂNIEI	20
ECONOMICĂ	31	UNIUNII	19
EU	30	VALORI	19
EUROPENE	29	STATE	17
POLITICA	29	STATELE	17
COMUNE	27	COMUNĂ	16
SPAȚIU	25	EUROPA	15
UNIUNE	22	PIAȚA	15

Din perspectiva jurnaliştilor români, Uniunea Europeană reprezintă, deci, un „reper", îndeosebi din punctul de vedere al aspectelor economic şi social.

Caseta nr. 1
„Definiția" Uniunii Europene

Unitate politică şi economică, pas către globalizare, securitate regională [4](40); Liberă concurență, reglementare, democrație, protecție socială, stabilitate (13); Valori comune, interese comune şi, în primul rând, o piață comună (22); Spațiu economic, unitate politică, liber schimb (31); Euro, Parlament European, piață comun (15); Club al țărilor europene care s-au alăturat inițial unor aranjamente economice, unor piețe comune – întâi a cărbunelui şi a oțelului, ulterior a tuturor produselor – şi care a evoluat ulterior spre o structură supranațională, care presupune cedarea unei proporții din suveranitatea națională a țărilor membre şi adoptarea unei monede unice (38); Valori comune, interese comune şi în primul rând o piață comună.(19).

Tabelul nr. 2.

Avantaje şi dezavantaje ale integrării societății româneşti în Uniunea Europeană (N)

Plan	Avantaje (N)	Dezavantaje (N)
Economic	29	37
Politic	14	-
Cultural	21	6
Juridic	11	-
Social	6	14
Instituțional	9	8

Conform datelor din tabelul anterior, avantajele procesului de integrare a României în cadrul Uniunii Europene sunt considerate de jurnaliştii intervievați a fi mai ales de natură economică. Lor li s-au adăugat şi cele de natură politică sau culturală – în plan general. Cele treisprezece interviuri realizate au oferit chiar o „ierarhie" a acestor avantaje: *1.* economice; *2.* culturale; *3.* politice.

[4] În prezentarea rezultatelor proiectului de cercetare cifrele din paranteze reprezintă numărul interviului – aşa cum a fost acesta considerat într-o clasificare convențională. Numele şi datele de identificare ale ziariştilor intervievați nu este menționat, pentru a se menține anonimatul sursei (fapt care este în deplin acord cu deontologia cercetării sociologice).

Caseta nr. 2
Avantaje ale integrării în Uniunea Europeană

I. *Accesul la o piaţă economică foarte dezvoltată (11); Libertatea de mişcare, libertatea de face afaceri, de a avea o legătură directă şi fără taxe vamale sau alte lucruri implicite în relaţiile economice, libertatea de a călători, de a lucra în afară, de a putea, să zicem, aduce bani acasă (34); ... Faci parte dintr-o lume unde cetăţenii Uniunii Europene vor un trai mai bun, vor un trai mai demn şi eu cred că din punct de vedere financiar şi economic avantajele pe termen mediu şi lung sunt foarte, foarte clare (24); Crearea unei societăţi de consum, în primul rând (3); Avantajul principal cred că ar fi de natură economică. Toate ţările care au aderat la grupul iniţial de şase ţări membre ale pieţei comune au avut de câştigat pe plan economic, s-a dezvoltat comerţul, s-a dezvoltat economia, PIB-ul lor a crescut, comparativ cu media europeană, şi, din acest punct de vedere, cred că şi România ar beneficia (18); Avantajele acestea sunt: nu eşti izolat, faci parte dintr-o structură continentală, faci parte dintr-o familie care are nişte scopuri foarte bine conturate, faci parte dintr-o lume unde cetăţenii Uniunii Europene vor un trai mai bun, vor un trai mai demn şi eu cred că din punct de vedere financiar şi economic avantajele pe termen mediu şi lung sunt foarte, foarte clare. Este şi o piaţă financiară, o piaţă economică foarte mare şi acest lucru trebuie ştiut şi trebuie luat în calcul, fiindcă fără acest lucru nu ai cum să înţelegi, nu ai cum să înţelegi corect mecanismele integrării şi scopul integrării în Uniunea Europeană (10).*

II. *Ieşim din această zonă gri a Europei şi ne putem încadra în rândul ţărilor civilizate (34); Alinierea la nişte standarde şi în al doilea rând ar fi şi promovarea culturii noastre care în ultima perioadă a fost un pic izolată de Europa, de cea europeană (25); Desigur, există şi o componentă legată de cultură şi mass-media în care bănuiesc că se va simţi un efect benefic în egală măsură (28).*

Dezavantajele integrării României vizează „costurile" reale ale reformei economice pentru populaţie – interviurile realizate evidenţiind existenţa unei unanimităţi a opiniilor jurnaliştilor.

Caseta nr. 3
Dezavantaje ale integrării în Uniunea Europeană

Sunt diferite costuri în ce priveşte reforma economică.(41); Dezavantajele pe termen scurt tot economice sunt (26); Toate dezavantajele unei economii de piaţă, pe care românii le suportă acum (3); Dezavantaje ar fi poate pentru că la un moment dat s-ar putea să avem unele probleme economice, noi oricum nu suntem pregătiţi încă să intrăm în Uniunea Europeană, pentru că o piaţă comună înseamnă o marfă vandabilă numai dacă ea are foarte mulţi parametri de calitate şi dacă nu are s-ar putea să avem nişte probleme mari după aia în Uniunea Europeană pentru că nu o să putem vinde nimic şi nici nu o să putem pune taxe produselor de calitate care vin din Uniunea Europeană (37); Dezavantajele sunt cele care, ţin de poziţie, şi anume: sunt diferite costuri în ce priveşte reforma economică pe care dacă nu le-am plătit atunci, acum ele oricum ar urma să fie plătite pentru că (...), pentru că sunt obligatorii, pentru că altfel ţara va intra în faliment. Această reformă economică, am spus, poate păstra locuri de muncă, poate păstra unele arealuri economice (1); Până atunci, după cum se vede, sunt mulţi cei care au de plătit din cauza reformelor care sunt nepopulare: şomajul, creşterea preţurilor, toate dezavantajele unei economii de piaţă pe care românii le suportă acum fără a avea şi avantajele economiei de piaţă, fără a le vedea încă (12).

2. CARACTERISTICILE ACTUALE ALE SISTEMULUI MASS-MEDIA DIN ROMÂNIA

Caracterizarea stării actuale a sistemului *mass-media* din România a evidenţiat inexistenţa unei opinii generale, uniforme, legate de oricare aspect introdus în *Ghidul de interviu* pe baza căruia s-au realizat discuţiile cu jurnaliştii români. Astfel, o analiză cantitativă a datelor empirice indică dezechilibre majore între opiniile favorabile *vs.* cele nefavorabile, în ceea ce priveşte:

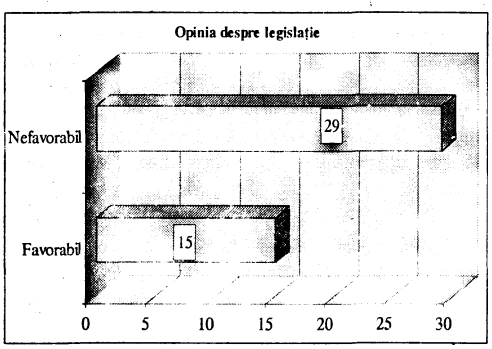
– Problematica cadrului legislativ (29 opinii nefavorabile *vs.* 15 opinii favorabile);

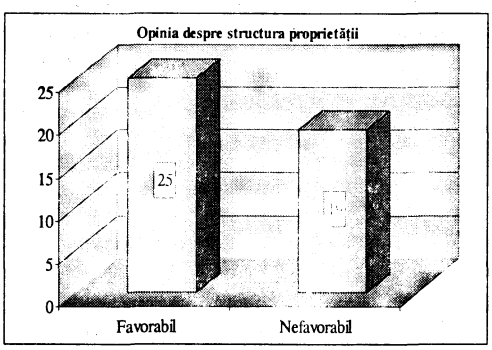
– Structura de proprietate dominantă în domeniul *media* românești (25 opinii nefavorabile *vs.* 19 opinii favorabile);

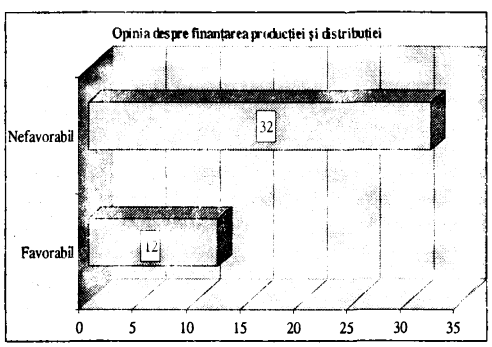
– Finanțarea producției și rețelele de distribuție (32 opinii nefavorabile *vs.* 12 opinii favorabile).

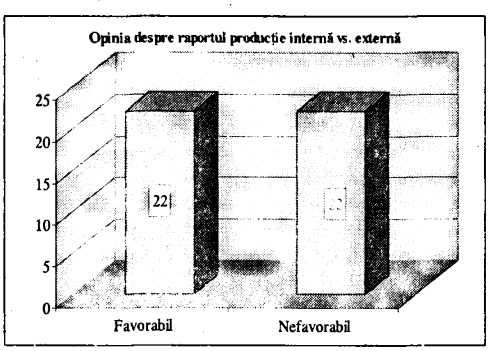
– Structura pieței *media* audiovizuale și scrise (23 opinii nefavorabile *vs.* 21 opinii favorabile).

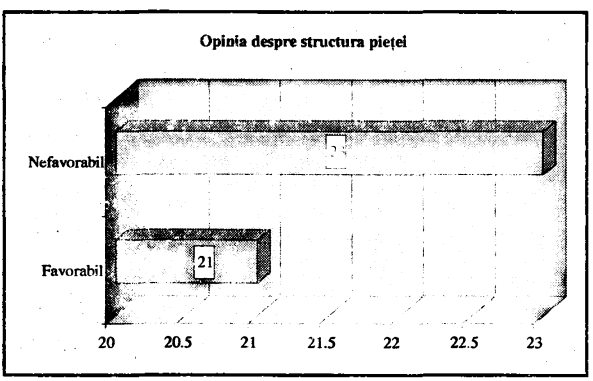
Figura 1











Din perspectiva unei abordări mai „nuanțate" (prin accentuarea aspectelor calitative ale datelor empirice), s-a observat o relativă uniformitate în opiniile exprimate cu privire la:

a. deficiențele (de natură majoritar economică, dar puternic influențate de puterea politică) rețelelor de distribuție în cazul presei scrise;

b. acceptarea ca un element fie de „normalitate", fie de „modernizare" a „importurilor" de formate – îndeosebi pentru emisiunile radio și, mai ales, TV – în cazul analizei cantitative, acesta fiind unicul aspect în care s-a înregistrat un „echilibru" între opiniile favorabile (22) *vs.* cele nefavorabile (22).

În cazul altor aspecte, datele empirice existente au dezvăluit o pluralitate a viziunilor pe care profesioniștii domeniului le-au exprimat referitor la *media* românești, o lipsă a unei imagini unitare, omogene [după cum este exemplificat în tabelul nr. 3]:

Motivația acestor opinii profesioniste „mozaicate" poate fi cea oferită de M. Coman [M. Coman, 2002, p. 14–15]: „... paradoxul sistemului profesional: cei din vârful piramidei, deși au interese manageriale și patronale, sunt promotorii unor acțiuni de vizibilizare a lor ca jurnaliști-vedetă (...); marea masă de gazetari, aflați la baza piramidei, practică activități manufacturiere, golite de responsabilități morale și profesionale, nu posedă nici un fel de avantaje materiale, are un capital de prestigiu social tot mai redus, nu este protejată de cadrul legislativ sau organizațional și nu se (mai) poate identifica cu discursul triumfător al jurnalismului ca vocație, misiune, datorie civică, act justițiar."

În aceste circumstanțe, care a fost opinia jurnaliștilor intervievați despre perspectiva integrării *media* românești în Uniunea Europeană (deci, implicit, legat de adaptarea normelor profesionale la cerințele acesteia)?

3. OPINIA DESPRE PROCESUL DE INTEGRARE A SISTEMULUI *MASS-MEDIA* ROMÂNEȘTI ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ

„Calupul" de întrebări referitoare atât la ritmul, cât și la responsabilitățile plus modalitățile concrete de integrare a sistemului *mass-media* românești în cadrul Uniunii Europene au demonstrat că jurnaliștii înșiși nu s-au „văzut" în postura de actori responsabili pentru realizarea acestui proces. În opinia lor, instituțiile responsabile cu integrarea sistemului *mass-media* românești în Comunitatea Europeană au fost exclusiv cele din sfera puterii politice, a guvernului. În ordinea menționărilor în cadrul interviurilor realizate acestea au fost: ***1.*** Ministerul Culturii; ***2.*** C.N.A.; ***3.*** Parlamentul.

Tabelul nr. 3

Exemplificarea modalităților alternative de caracterizare a situației actuale din sistemul *mass-media* românești

Legislație	Structura proprietății	Finanțarea producției și distribuției	Producție internă vs. externă	Structura pieții
O.F – legată de legislația în domeniul serviciilor publice audiovizuale; O.NF. – legată de modalitățile practice de aplicare ale legislației.	O.F. – legată de proprietatea privată care este majoritară în *mass-media* românești.	O.NF. – legată de finanțarea posturilor publice de radio-TV care ar trebui transformate în societăți pe acțiuni (Model american); O.N.F. – distribuție (mai ales a presei scrise) datorită proprietății de stat asupra rețelei de distribuție.	O.F. – legată de importul „formatelor" de emisiuni, programe și reviste.	O.NF. – deformată datorită situației economice – deplasarea accentului spre TV în defavoarea presei scrise.
O.NF. – legată de Legea dreptului la replică și de revizuirile aduse Codului Penal.	O.F. – apariția de trusturi sau concentrări de capital mixt care finanțează și activitățile în domeniul *mass-media*; O.F. – în favoarea deplinei libertăți a proprietății particulare în domeniu.	O.NF. – distribuția presei scrise datorită proprietății de stat asupra Rodipet; O.NF. – legată de modul în care sunt numiți membrii C.N.A.	O.F. – legată mai ales de importurile de „formate" în cazul presei scrise.	O.F. – datorită dezvoltării presei scrise și creșterii cititorilor acestui tip de *media*.
O.F. – legată de existența unui cadru legislativ (mai ales în domeniul audiovizualului); O.NF. – datorită deficiențelor în aplicarea legislației existente.	O.F. – Datorită pătrunderii capitalului extern (trusturile *media*).	Neclară – în ceea ce privește domeniul audiovizual; O.NF. – distribuția presei scrise este încă un monopol de stat și costurile hârtiei sunt ridicate și fluctuante.	O.F. – referitoare la importurile de „formate" de emisiuni și programe; O.NF. – legată de lipsa unei producții interne de formate *media*.	Neclară – evidențiază „distorsiunile" interne ale pieței *media* românești (orientarea spre televiziune și „decalajul orar" al cotelor de audiență radio în raport cu țările UE).
O. NF. – referitoare la lipsa unei legislații în domeniu.	O.F. – legată de predominația proprietății particulare în *media*.	Neclară – datorită coexistenței rețelei de distribuție de stat cu cele particulare.	O.F. – datorită influenței exercitate de stilul presei scrise occidentale (format, tip de informație) asupra celei românești.	O.F. – legată de existența unui public fidel al ziarelor – un fenomen considerat normal.
O.NF. – legată de tentativele puterii politice de a adopta o lege a presei scrise (se utilizează exemplul majorității țărilor UE unde o astfel de lege nu există); Neclară – în ceea ce privește legislația. domeniului audiovizual.	O.F. – datorită privatizării din domeniul *mass-media*.	O.F. – legată de finanțare (inclusiv cea pe baza veniturilor provenite din reclame); Neclară – legată de insuficienta cunoaștere a situației rețelelor de distribuție a presei scrise (nu se știe dacă Rodipet este privatizat sau nu).	O.NF. – datorită importurilor excesive de „formate" și lipsei producției interne – mai ales în cazul televiziunii.	O.NF. – legată de deplasarea consumului publicului român spre televiziune în defavoarea lecturii presei scrise.

Legislație	Structura proprietății	Finanțarea producției și distribuției	Producție internă vs. externă	Structura pieții
O.NF. – legată de Legea dreptului la replică; O. NF. – legată de noile reglementări care limitează publicitatea pentru serviciile publice de radio și televiziune.	O.NF. – privatizarea *mass-media* (mai ales în domeniul audiovizual) nu a avut efecte pozitive, ci a dus la scăderea calității programelor și emisiunilor.	O.NF. – accentul pus pe nerespectarea „Legii dreptului de autor" și pe dezavantajele materiale pentru unii angajați ai *mass-media* care decurg din această situație.	O.NF. – din cauza excesului de „formate" importate (mai ales în cazul televiziunii).	O.NF. – lipsa unei politici editoriale adecvate (mai ales în domeniul audiovizual) duce la „deformarea" gusturilor publicului și decalaje în cotele de audiență.
O.F. – legată de cadrul legal existent în acest moment (deși se recunoaște posibilitatea îmbunătățirii lui).	O.F. – legată de predominanța proprietății particulare în cazul instituțiilor *media* românești; O.NF. – referitor la existența unui sector public (de stat) în *mass-media* (care ar promova „produse de calitate îndoielnică").	O.NF. – datorită inexistenței unei creșteri a veniturilor provenite din publicitate conjugată cu o accentuare a competiției din domeniu; Neclară – în ceea ce privește rețelele de distribuție (mai ales în cazul presei scrise unde situația nu este cunoscută).	O.F. – legată de importul de „formate" în *mass-media* românești (este invocată influența exercitată de „tabloidele" anglo-saxone care este considerată benefică).	O.F. – în favoarea descentralizării opțiunilor publicului, pentru „echilibrul" manifest la nivelul audienței între serviciile publice și operatorii particulari.
O.NF. – datorită deficiențelor în aplicarea legislației existente.	O.NF. – datorită imixiunii factorului politic în domeniul audiovizual favorizată de existența serviciilor publice radio-TV; O.NF. – legată de încălcarea de către operatorii particulari a legislației existente (constituirea de „concentrări" mascate de proprietate în *media*).	O.NF. – legată de presiunile economice exercitate de puterea politică existentă asupra presei scrise prin intermediul monopolului de stat asupra rețelei Rodipet.	O.NF. – legată de importurile masive numai a unor „formate" în domeniul audiovizual (este criticată în acest sens atitudinea C.N.A. și lipsa sa de reacție).	O.F. – legată de tendința spre „localism" manifestă în rândul audienței; O.NF. – datorită presiunilor editoriale exercitate central, care duc la îndepărtarea publicului de anumite posturi radio-TV locale.
O.F.– legată de legislația existentă (Legea audiovizualului este dată ca exemplu); Neclară – legată de necesitatea reglementării legislației în domeniul presei scrise (exemplul oferit vizează apărarea vieții private a cetățeanului obișnuit).	Neclară – legată de finanțarea audio-vizualului prin intermediul reclamei; O.F. – referitoare la preponderența capitalului particular în finanțarea *mass-media* românești.	Neclară – în cazul presei scrise (sunt invocate dificultățile produse prin funcționarea rețelei de distribuție Rodipet, dar subiectul nu este aprofundat); O.F. – în favoarea menținerii în proprietatea publică a setului de unde hertziene și alocării lor pe baza unor competiții între operatorii particulari și de stat.	O.F. – legată de importul de „formate" pentru emisiunile de televiziune.	O.F. – datorită creșterii consumului general la nivelul publicului oricărui tip de *mass-media* (o consecință invocată în acest caz este creșterea gradului de informare al populației).

Legislaţie	**Structura proprietăţii**	**Finanţarea producţiei şi distribuţiei**	**Producţie internă vs. externă**	**Structura pieţii**
O.F. – distincţie între audiovizual (reglementat) şi presa scrisă.	O.NF – modelul european – public (minoritar în audiovizual) şi privat. Lipsa „marelui capital" exclusiv în *media*.	O.NF. – legată de serviciile publice –necesitatea restructurării; O.NF. – (mai ales a presei scrise) datorită proprietăţii de stat asupra reţelei de distribuţie.	O.F. – legată mai ales de importuri (inclusiv „formatul" emisiunilor audiovizuale).	O.NF. – deformată datorită situaţiei economice – deplasarea accentului spre TV în dezavantajul presei scrise.
O.F – legată de legislaţia în domeniul serviciilor publice audiovizuale; O.F. – referitoare la Legea dreptului la replică.	O.F – legată de proprietatea particulară în domeniul *media* (este invocat exemplul ziarelor susţinute de stat care au dat faliment).	O.F. – legată de finanţare (inclusiv din reclame); O.F. – pentru existenţa unei structuri de stat în domeniul distribuţiei ziarelor.	Neclară – pro şi, simultan, contra – prin contextualizarea exemplelor.	O.F – pentru „regionalizarea" *mass-media* – aceasta este văzută ca un fenomen normal.
O.NF – legată de deficienţele în aplicarea cadrului legislativ existent.	O.F – datorită existenţei „capitalului mixt" în *media* (străin şi autohton); O.F. – legată de fenomenul de „concentrare" al capitalului în *media*.	Lipsa unei opinii clare.	O.F. – legată de importul „formatelor" de emisiuni şi programe; O.NF. – în raport cu producţia internă	O.NF. – legată de distorsiunile produse în politicile de programare datorită consumului *media* specific publicului din România; O.NF. – legată de decalajul audiovizual (mai ales TV) *vs.* presa scrisă.
O.NF. – legată de deficienţele în aplicarea legilor existente (mai ales „Codul Penal" şi „Legea dreptului la replică").	O.F. – accent pus pe importanţa capitalului privat în domeniu – excluderea posibilităţii „capitalului exclusiv" din *mass-media*.	O.NF. – legată de reţeaua de distribuţie a presei scrise aflată în monopol de stat; O.NF. – legată de dreptul de reglementare al C.N.A. („*Cenzor*").	O.F. – inclusiv în ceea ce priveşte „calchierea" unor formate în presa scrisă (este folosit un exemplu personal).	O.F. – legat de „regionalizarea" geografică a *mass-media* româneşti.

Legendă: O. F. = Opinie favorabilă legată de problematica abordată;
O. NF. = Opinie nefavorabilă legată de subiectul abordat.

Tabelul nr. 4

Frecvența menționării instituțiilor abilitate cu responsabilități pentru integrarea României în Uniunea Europeană

Instituții	Frecvențe (N)
Ministerul Culturii	31
Consiliul Național al Audiovizualului	27
Ministerul Comunicațiilor	2
Ministerul Integrării Europene	16
Ministerul Afacerilor Externe	4
Ministerul Informațiilor	2
Parlamentul	19
ONG	3
Oficiul Român pentru Drepturile de Autor	2
Asociații ale jurnaliștilor (C.J.I., A.Z.R., C.R.P.)	5

După cum se observă din datele de factură cantitativă, nivelul de raportare a jurnaliștilor la propriile lor asociații profesionale este unul minimal (5 mențiuni – conform tabelului nr. 4) sau organizații ale societății civile (3 mențiuni pentru ONG-uri în tabelul nr. 4). Și dintr-o perspectivă calitativă, situația este identică:

Caseta nr. 4
Instituțiile abilitate cu responsabilități pentru integrarea României în Uniunea Europeană

Instituțiile ar fi: Parlamentul, care este organ legislativ; Guvernul, prin Ministerul Culturii, Ministerul Comunicațiilor, care pot să fie inițiatori; C.N.A. (16); În primul rând este Parlamentul prin comisia de specialitate care se chinuie să scoată (...) ce-a scos s-a văzut. Ministerul Integrării. Ministerul Culturii... (22); Guvernul și, sigur, Guvernul e mare. Eu cred că în ceea ce privește cultura și mass-media responsabilii principali sunt Ministerul Culturii, C.N.A împreună cu Ministerul Culturii, cu anumite aspecte și Oficiul Român pentru Drepturile de Autor și Drepturile Conexe, Ministerul Integrării Europene (32); În primul rând aș pune aici Ministerul Culturii și apoi noul creat Minister al Informației, nu puteam să pun tot Guvernul, și după aceea vine Parlamentul (25); Parlamentul prin comisia de specialitate (...). Ministerul Integrării. Ministerul Culturii (....) C.N.A. (4); Ministerul Integrării Europene, în domeniul culturii este Ministerul Culturii. (...) La fiecare minister există un secretariat responsabil cu integrarea în Uniunea Europeană, e Parlamentu,l evident, prin comisiile de specialitate (13).

În ceea ce privește „modalități de integrare" ale sistemului *mass-media* românești în Uniunea Europeană, jurnaliștii intervievați au indicat mecanisme cu un caracter exclusiv politic și economic; ei nu au făcut referire la schimbarea profesională a statutului jurnaliștilor români. Interviurile au indicat astfel că ziariștii români cred că integrarea *media* românești în cadrul Comunității Europene se va realiza prin următoarele „strategii":

1. Întărirea independenței *mass-media* în raport cu puterea politică – ceea ce, în opinia lor, ar echivala îndeosebi cu necesitatea adoptării de noi reglementări în domeniu;

2. Redefinirea modalității de finanțare a sectorului audiovizual de stat – prin aceasta ziariștii au înțeles, în fapt, redefinirea rolului și funcțiilor sociale ale serviciilor publice de radio și televiziune;

3. Pătrunderea trusturilor *media* internaţionale pe piaţa românească – mai exact, influxul de capital extern în sistemul *mass-media* româneşti;

4. Adoptarea legislaţiei europene în domeniul „cotelor" de programe transmise la radio şi televiziune.

4. APRECIEREA RELAŢIILOR EXISTENTE ÎNTRE *MASS-MEDIA* ROMÂNEŞTI, SFERA POLITICĂ ŞI SOCIETATE ÎN PERSPECTIVA ADOPTĂRII *ACQUIS*-ULUI UNIUNII EUROPENE ÎN DOMENIUL *MASS-MEDIA*

Fiind dată această minimalizare a percepţiei propriului rol social pentru profesioniştii din *mass-media* româneşti, nu a fost surprinzător că datele adunate prin intermediul interviurilor în profunzime au demonstrat că responsabilitatea aderării ţării la Uniunea Europeană a fost atribuită exclusiv instituţiilor statului (C.N.A. şi Parlamentul plus Guvernul).

În general, ziariştii intervievaţi au fost de acord că acesta este un capitol de aderare „uşor" pentru societatea românească, care nu va crea probleme, dat fiind că este un domeniu care deja funcţionează şi are o legislaţie adecvată cerinţelor europene.

Datele adunate prin intermediul „Ghidului de interviu" au indicat şi opinia jurnaliştilor asupra factorilor societali generali care vor influenţa ritmul şi gradul în care sistemul *mass-media* românesti se vor integra în Comunitatea Europeană. Analiza a demonstrat că jurnaliştii diferenţiază între două categorii de astfel de factori:

A. Factorii pozitivi ai acestor procese – între aceştia au fost incluse: ***a.*** dezvoltarea „pieţei" (economico-financiare şi, implicit, *media*) interne; ***b.*** distanţarea de puterea politică existentă la un moment dat în societate; ***c.*** oportunităţi mai ample, pentru ca sistemul *mass-media* româneşti să poată satisface drepturile la informare şi comunicare – ca drepturi fundamentale ale cetăţenilor.

Caseta nr. 5
Factorii pozitivi ai procesului de integrare europeană

Eu sper să devenim o societate mai europeană, mai pretenţioasă. Nu ştiu dacă să dau exemplul vienez, al şcolii de la Viena, nu ştiu, vreau să devenim...oamenii să înţeleagă că nu se pot uita la orice tâmpenie la televizor, chiar dacă lucrez în mass-media, *sau orice tâmpenie la radio sau în presa scrisă, că nu pot consuma chiar orice gunoi, că trebuie să ceară altceva şi trebuie să-l sancţioneze pe ăla care le vinde gunoaie, dar, din păcate, ăla care le vinde gunoaie, adică eu le vând gunoaie pentru că asta cer şi, din păcate, asta este societatea (7); Influenţe pozitive: dezvoltarea în privinţa publicităţii, dezvoltarea investiţiilor străine şi prezenţa marilor companii internaţionale în România – mă refer la dezvoltarea pieţei de publicitate. Sigur, următoarele avantaje ar fi în privinţa drepturilor de exprimare, drepturilor omului, deci un fel de garanţii asupra libertăţii de exprimare şi din punctul ăsta de vedere sunt pozitiv (23).*

B. Dintre factorii negativi, jurnaliştii au enumerat următorii: ***a.*** Accentuarea presiunii din partea puterii politice – pe căi „directe" şi „indirecte"; ***b.*** Reducerea nivelului de trai al populaţiei – cu efecte directe asupra mărimii pieţei *media*; ***c.*** Consolidarea unor „grupuri mixte de interese" cu efecte asupra activităţii *media*.

Caseta nr. 6
Factorii negativi ai procesului de integrare europeană

Părțile negative sunt gradul ridicat de sărăcie – cu un efect asupra consumului de produse media, asupra pieței de publicitate – și presiunile partidului de guvernământ, prin care acesta încearcă să controleze o cât mai mare parte din mass-media *pentru a-și transmite discursul, deci pentru a le folosi în domeniul propagandei(...). Un alt factor negativ este legat de grupurile acestea de interese financiare, care sunt implicate și în presă și tendința de a folosi presa ca mijloc de presiune și nu ca pe o afacere de sine stătătoare (31). Nu este pregătită România pentru integrarea europeană în foarte, foarte multe domenii și în ceea ce privește legislația internă, dar mai ales în ceea ce privește economia României nu este în stare și nu ar suporta un asemenea șoc (29).*

CONCLUZII

Analiza interviurilor cu ziariștii români – deși a avut la bază o cercetare sumară și incompletă – a dezvăluit o serie de aspecte interesante referitoare la opiniile referitoare la semnificația, direcțiile și modalitățile practice de integrare a sistemului *mass-media* românești în Comunitatea Europeană. Urmând obiectivele specifice ale studiului, acestea pot fi rezumate astfel:

1. Imaginea generală a Uniunii Europene – datele au relevat existența unui decalaj aparent între imaginea „globală" extrem de generoasă a Uniunii Europene și raportarea jurnaliștilor la domeniul *mass-media.* Atât la nivelul întregului eșantion studiat, cât și din perspective punctuale (specifice), lipsește orice referire la sistemul *media* din Uniunea Europeană, la semnificația aderării României la Uniunea Europeană din perspectiva *mass-media.* Jurnaliștii au invocat cu prioritate – chiar în mod exclusiv – aspectele economice (plus, socio-politice) implicate în acest proces și nu au inclus în evaluările lor referiri clare la domeniul specific (*mass-media* ca sub-sistem social). În aceste condiții, o ipoteză de lucru *a posteriori* (utilă în vederea realizării unui studiu ulterior la nivel reprezentativ pentru corpul profesioniștilor din domeniu) ar fi că *mass-media* nu ar fi percepute ca un sub-sistem particular din societatea românească. Corolarul acesteia ar fi ipoteza a doua *a posteriori,* conform căreia jurnaliștii români își definesc rolul social nu numai ca *watch-dog* și simplii informatori, ci și ca „diagnosticieni ai socialului" (un tip specific de „analiști sociali").

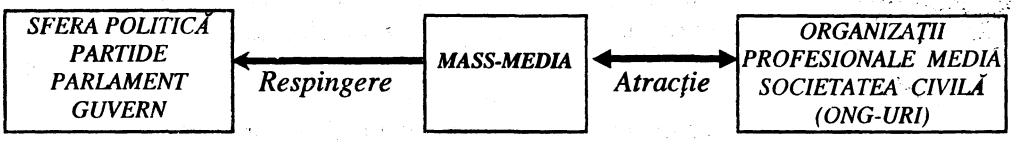
2. În ceea ce privește caracterizarea sistemului *mass-media* din România jurnaliștii intervievați au manifestat o unanimitate de opinii – relativ pozitive – referitoare la necesitatea existenței unui cadru legal pentru sistemul *mass-media* românești, „concentrările" de capital (chiar trusturile mixte) în domeniu, importul de „formate"; „regionalizarea" opțiunilor și modalităților de consum (care a dus la dezvoltarea *media* regionale și locale). Punctele „slabe" ale sistemului *mass-media* românești la ora actuală sunt considerate de jurnaliști a fi: imixtiunea politicului în activitatea jurnalistică (la nivelul reglementărilor și normelor de funcționare); lipsa unui capital alcătuit „exclusiv" din *media*; monopolul de stat asupra rețelei de distribuție a presei scrise; deformările pieței – implicit, ale opțiunilor publicului (tendința de sud-americanizare a consumului, orientat mai ales spre TV).

3. Procesul integrării sistemului *mass-media* românești în Uniunea Europeană a fost considerat de jurnaliști a fi dublu dependent: *1.* de factorii guvernamentali – deși ziariștii au apreciat în cadrul interviurilor că instituțiile românești în domeniul *mass-media* sunt similare cu cele europene; *2.* de dinamica proprie (mixtă – public *vs.* privat) a sistemelor *media* în toate țările din Uniunea Europeană. Interviurile au arătat că ziariștii apreciază că dezvoltarea domeniilor interne ale sistemului *media* nu depinde atât de mult de armonizarea legislației la nivel „formal", cât de aplicarea ei corectă în practică – dat fiind că ei au afirmat că există posibilitatea distorsiunilor reale (un fel de adaptare la „specificul românesc"). În opinia profesioniștilor domeniului, cel mai eficient control asupra aplicării *acquis*-ului comunitar în *mass-media* nu ar aparține factorului politic, ci chiar *media* însele. Aceasta este o poziție plasată în opoziție cu imaginea generală referitoare la aspectele importante din construcția Uniunii Europene (unde *media* nu au fost menționate). Există, în acest sens, posibilitatea ca o cercetare ulterioară să dezvăluie dacă în acest caz avem de-a face cu o autopercepție a jurnaliștilor ca acționând într-un domeniu specific, unde reglementările legale nu se aplică decât împreună cu cele de factură etică, și „profesionale" (unde ar conta controlul exercitat de „breaslă" nu doar în interior, ci și în exterior). Elocvent în acest caz a fost exemplul – menționat în toate interviurile – rolului presei din țările Uniunii Europene în „corectarea" unor aspecte (politice, economice, civice) care s-au manifestat în interiorul României. Din păcate în interviuri, ziariștii nu au menționat legile și convențiile la care România va trebui să adere o dată cu intrarea în Uniunea Europeană, iar cunoașterea stipulărilor legale din domeniul *media* europene a fost una extrem de vagă.

4. Relația sistemului *mass-media* românești – sfera politică – societate, din perspectiva aderării României la Uniunea Europeană, este una specifică, puternic „polarizată", chiar „fracturată" intern. Astfel, între instituțiile pe care jurnaliștii intervievați le-ar „alege" să le reprezinte interesele într-o ipotetică dezbatere asupra integrării în Uniunea Europeană, se detașează clar asociațiile profesionale (Clubul Român de Presă, Asociații/Sindicate ale Jurnaliștilor și ONG-uri). Simultan, instituțiile desemnate ca „respinse", în cazul unei astfel de dezbateri ipotetice, au fost, din perspectiva profesioniștilor *media,* exclusiv din sfera puterii politice: Guvernul, Ministerele, Parlamentul.

Am avut astfel de-a face cu relații strict bidirecționate: ***sistemul* mass-media *românești* ↔ *sfera puterii politice / guvernamentală*** și ***sistemul* mass-media *românești* ↔ *societatea civilă și organizațiile profesionale*** de tipul următor:

Figura 2



Tabelul nr. 5

Alegeri şi respingeri instituţionale, în cazul reprezentării intereselor *mass-media* româneşti, într-o ipotetică dezbatere pe tema integrării în Uniunea Europeană

	Frecvenţe (N)	
	Alegeri (+)	Respingeri (-)
Centrul pentru Jurnalism Independent	8	
Agenţia pentru Monitorizarea Presei	6	2
Asociaţia „Pro Democraţia"	4	
Asociaţia Ziariştilor din România	3	2
Ministerul Integrării Europene	6	
Delegaţia Comisiei Europene la Bucureşti	7	
Clubul Român de Presă	10	10
Ministerul Afacerilor Externe	4	
ONG-uri	8	
Ministerul Culturii	2	7
C.N.A.	7	7
Parlament	2	14
Guvern	4	16
Asociaţii ale Jurnaliştilor	15	6
A.R.C.A.	2	
A.C.C.	2	
Alte organizaţii şi instituţii *media*	4	2
Ministere	1	18
Partidele politice		4
Biserica		4
Armata		3
Poliţia		3
S.R.I.		3

Interviurile realizate au dezvăluit, de asemenea, existenţa unui set de „aşteptări negative" ale ziariştilor, legate de procesul integrării *mass-media* româneşti în Uniunea Europeană – aşteptări identificate cu ameninţarea unor presiuni tot mai ample de factură economică şi continuarea influenţelor exercitate de factorul politic asupra sistemului *mass-media* românesc. Simultan, publicul – fie acesta format din oameni obişnuiţi sau din „experţi" – a fost considerat de jurnalişti ca un „tot omogen" – subiecţii intervievaţi au apreciat astfel că societatea, audienţa lor este „beneficiara" schimbărilor.

Articolul de faţă nu a intenţionat să ofere răspunsuri complete la problemele legate de tematica subsumată integrării sistemului *mass-media* româneşti în structurile europene, aşa cum apar acestea în opinia profesioniştilor din presa scrisă şi audiovizuală. Tentativa de a explora răspunsurile ziariştilor români la o serie de întrebări care vizează aspectele practice ale problemei a evidenţiat, credem, o serie de aspecte care merită a fi aprofundate printr-o cercetare ulterioară, realizată pe un eşantion reprezentativ al jurnaliştilor, atât din *media* centrale, cât şi regionale sau locale. Prin adoptarea unui cadru de referinţă mult mai „strict" şi mai riguros un astfel de studiu ar permite şi o mai corectă identificare a rolului şi funcţiilor reale ale jurnaliştilor în ansamblul societăţii româneşti actuale. În fapt, articolul s-a dorit mai mult a fi o „pledoarie" pentru o sociologie „empirică" a jurnalismului, care să includă cercetarea realităţilor profesionale din domeniul *media* româneşti aşa cum există ele în fapt.

BIBLIOGRAFIE

1. ATWOOD, R., MCANANY, E. G., *Communication and Latin American Society*, University of Wisconsin Press, 1986.
2. BANGEMANN, M., *Europe and the Global Informative Society*, Brussels, 1994, p. 4.
3. BENNETT, W. L., *News. The Politics of Illusions*, Londra, Longman Ltd., 1988.
4. BĂLĂŞESCU, M., *Elemente constitutive ale identităţii profesionale ale jurnaliştilor,* în „Jurnalism şi Comunicare", an 2., nr. 2, primăvara 2003, p. 41–56.
5. BERTRAND, J., CL., *Introducere în presa scrisă şi vorbită*, Iaşi, Polirom, 2001.
6. COHEN, S. YOUNG, M. J. , *The Manufacture of News*, Londra, Sage Pbl., 1973.
7. COMAN, M., *Romanian Journalism in a Transition Period,* în „The Global Network", no.1, January 1995, p. 28–48.
8. COMAN, M., *Introducere în sistemul mass-media*, Iaşi, Editura Polirom, 1999.
9. COMAN, M., *Controlul câmpului profesional,* în „Jurnalism şi Comunicare", an 1., nr. 1, toamna 2002, p. 5–16.
10. Commision of the European Communities, *Television Sans Frontières* – COM 84300 – Brussels, C.E.C., 1984.
11. Commision of the European Communities, *Strategy Options to Strenghten The European Programme Identity in the Context of the Audiovisual Policy in the European Union*, Brussels, C.E.C., 1994.
12. CURRAN, J., GUREVITCH, M., WOLLACOTT, J., *Culture, Society and the Media*, Londra, Longman Ltd., 1978.
13. DRIJVERS, J., *Community Broadcasting: A Manifesto for the Media Policy of Small European Countries,* în „Media, Culture and Society" , no. 4, vol. 14, April 1992, p. 196.
14. DUTTON, B., *The Media*, Londra, Longman Ltd., 1986.
15. FISHMAN, M., *Manufacturing the News*, Austin, University of Texas Press, 1980.
16. GARDNER, D., *E.C. Agreement on Formula to Protect European Culture under Uruguay Round,* în „Financial Times", 6/7 November 1993.
17. GROSS, P., *Romania's Poor Orphans: Civil and Information Societies,* în „Media, Culture and Society", vol. 13, 1990, p. 407–413.
18. JEFFRES, L. W., *Media: Processes and Effects*, Waverland Press Inc., 1986.
19. KEANE, J., *The Media and Democracy*, Cambridge University Press, Cambridge, 1991.
20. McQUAIL, D., *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, Sage Pbl., Londra, 1992.
21. MURDOCK, G., *Political Deviance. The Presss Presentation of Militant Mass Demonstrations*, în Cohen, S., Young, J., *The Manufacture of News*, Sage Pbl., Londra, 1973, p. 156–175.
22. PETCU, M., *Sociologia mass-media,* Bucureşti, Editura A.N.I., 2001.
23. RIEFFEL, R., *Sociologie des Medias*, Ellipses, Paris, 2001.
24. SCHLESINGER, P., *Putting "Reality" together. BBC News*, Constable Press, Londra, 1978.
25. SCHLESINGER, P., *Europe Through A Glass Darkly,* în „Dedalus", Spring, vol. 123, no.2/1994, p. 43.
26. SCHUDSON, M., *The Sociology of News Production,* în „Media, Culture and Society", vol. 11, July 1989.
27. SCHLESINGER, P., DOYLE, G., *Contradictions of Economy and Culture: The European Union and the Information Society,* în „Arena", no. 2/1996, p. 1.
28. SHOEMAKER, R., REESE, S. D., *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass-media Content*, Londra, Longman Ltd., 1991.
29. SILJ, A., *Domestic Markets and the European Market,* în Silj A. (ed), *The New Television in Europe,* Londra, John Libbey Pbl., 1992, p. 16.
30. SPARKS, C., *Introduction: The Emerging Media Systems of Post-Communism,* în „Javnost/ The Public" , vol. 2/1995, p. 11.
31. TUCHMAN, G., *Objectivity as Strategic Ritual: An examination of Newsmen Notion of Objectivity,* în „American Journal of Sociology", January 1972, p. 660–679.

REFERENDUMUL PRIVIND MODIFICAREA CONSTITUȚIEI ROMÂNIEI: ANALIZA DISCURSULUI PRESEI SCRISE

SIMONA ȘTEFĂNESCU

În această cercetare ne-am propus o analiză a *construcției mediatice* în presa scrisă centrală a referendumului național privind modificarea Constituției României, referendum care a avut loc în zilele de 18 și 19 octombrie 2003. Ne-a interesat această analiză în primul rând dintr-o perspectivă punctuală: modul în care tema integrării europene este mediatizată în contextul referendumului. Studiul nu s-a limitat, însă, doar la această temă – ea a reprezentat doar axa centrală a principalului obiectiv al cercetării. Au fost analizate, deopotrivă, și alte teme intens mediatizate cu acest prilej în cele mai importante cotidiene naționale centrale din România.

Analiza ale cărei rezultate vor fi prezentate în acest articol a avut ca ***obiectiv general*** delimitarea coordonatelor mediatizării referendumului din 18–19 octombrie 2003 în presa scrisă românească, o atenție specială fiind acordată – în acest context – temei referitoare la integrarea României în Uniunea Europeană. Am urmărit, așadar, în ce măsură, în mediatizarea evenimentului, „integrarea europeană" a fost privită drept *cauză* a modificărilor aduse Constituției sau în ce măsură au fost mediatizate *efectele* votării noii Constituții pentru procesul de integrare în Uniunea Europeană.

De asemenea, cercetarea și-a propus drept ***obiective specifice*** delimitarea celor mai importante teme mediatizate în legătură cu referendumul și cu modificarea Constituției, ponderea lor și importanța acordată de ziare fiecărei teme delimitate; ne-a interesat, totodată, în ce măsură ziarele, prin ziariștii semnatari ai articolelor studiate, au adoptat o atitudine neutră față de eveniment, ori s-au constituit în purtători „la vedere" ai unor mesaje bine definite (de tipul „mergeți/nu mergeți la vot, altfel..."); în fine, un alt obiectiv specific la fel de important al cercetării a fost realizarea unei analize comparative – asupra celor mai importante ziare din România – cu privire la temele mediatizate, atitudinea adoptată și atenția acordată, în general, acestui eveniment.

CADRUL IPOTETIC ȘI METODOLOGIC AL CERCETĂRII

Am pornit în demersul nostru de la presupoziția – formulată cu titlu de ipoteză de lucru – că mediatizarea, în presa scrisă centrală, a referendumului

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 399–415, București, 2004

privind modificarea Constituţiei României, se va centra preponderent asupra unor aspecte şi teme conexe evenimentului, prezente frecvent în spaţiul public românesc (ineficienţa şi incapacitatea clasei politice, corupţia etc.) şi mai puţin asupra aspectelor care ţin strict de organizarea şi conţinutul referendumului.

Cea de-a doua ipoteză specifică a cercetării întreprinse, ipoteză formulată în funcţie de obiectivele pe care ni le-am propus, se referă la atitudinea faţă de/evaluarea dată referendumului de către cotidienele naţionale. Astfel, am testat presupoziţia conform căreia ziarele respective, în principal, nu adoptă o atitudine neutră în mediatizarea referendumului, ci una „partizană", fie favorabilă, fie nefavorabilă. Cu alte cuvinte, jurnaliştii ale căror articole au fost analizate îşi asumă un rol de „purtători de cuvânt" ai binelui public, de personaje care ştiu mai bine şi care împărtăşesc şi celorlalţi (implicit mai puţin „ştiutori" şi mai puţin informaţi, inclusiv în privinţa unor amănunte „de culise" la care semnatarii articolelor au avut acces) ceea ce ei cunosc deja, însă nu doar atât, ci şi valorizează informaţiile împărtăşite, îndeamnă cititorii la un anumit tip de *acţiune* (a vota sau a nu vota). Corelând această ipoteză cu cea anterioară, vom spune că în mediatizarea referendumului a primat *atitudinea faţă de* referendum, şi nu *conţinutul* referendumului.

În scopul îndeplinirii obiectivelor cercetării şi pentru testarea ipotezelor formulate am apelat la metoda analizei de conţinut, aceasta fiind metoda sociologică ale cărei rezultate sunt cele mai relevante atunci când obiectivele propuse se referă la mediatizarea prin intermediul presei scrise. Aşa cum precizam, scopul nostru a fost delimitarea coordonatelor mediatizării referendumului din 18–19 octombrie 2003 în presa scrisă românească. De aceea, ne-am delimitat corpusul de analiză la presa scrisă centrală de tipul cotidienelor (ziarelor) şi am reţinut pentru cercetare cele mai importante patru cotidiene naţionale centrale care apar în România: „Adevărul", „România liberă", „Evenimentul zilei" şi „Ziua". Din cadrul acestora, am selectat pentru analiză numai editorialele, deoarece considerăm aceste tipuri jurnalistice ca fiind cele mai semnificative pentru poziţia şi atitudinea de ansamblu a unui ziar.

Am optat pentru analiza editorialelor, deoarece editorialul, ca gen jurnalistic, încearcă să impună, într-un fel sau altul, o anumită realitate *descrisă în acel mod.* Aceasta pentru că editorialiştii se află undeva „la jumătatea drumului dintre jurnalism şi reflexia politică, filosofică sau istorică" [Sauvage, *apud* Riutort, 1996, p. 64]. Editorialistul contribuie decisiv la construcţia evenimentului mediatizat şi o poate face în două moduri: dacă se păstrează în perspectiva în care evenimentul este deja plasat, printr-o încercare de coerentizare a evenimentului (momentele, elementele, cauzele, consecinţele şi efectele acestuia sunt structurate şi/sau restructurate, astfel încât să rezulte o schemă coerentă); pe de altă parte, dacă schimbă perspectiva, printr-o muncă de reconstrucţie a întregului edificiu care este evenimentul (de la recadrarea specifică, la alcătuirea schemei structurate, a schemei tipizate în termenii lui Berger şi Luckmann [1999, p. 42]). Deci, editorialistul nu numai că îşi aduce contribuţia la construcţia evenimentului, ci poate, în unele cazuri, să realizeze o reconstrucţie a acestuia.

Intervalul temporal în care am realizat analiza a fost 17–21 octombrie 2003 (în două zile din acest interval desfăşurându-se şi referendumul), ales astfel încât să cuprindă atât mediatizarea care a precedat referendumul, cât cea care a urmat acestuia. De precizat că în ziua de duminică, 19 octombrie, a apărut doar ediția unui singur ziar din cele patru alese pentru studiu, anume „Evenimentul zilei". Am păstrat pentru analiză doar editorialele care au avut ca temă referendumul, plus, în câteva cazuri, editorialele consacrate unor teme corelate cu obiectivele noastre, precum integrarea europeană şi corupția generalizată ca element care frânează sau compromite total evoluția noastră în spațiul european.

Grila de analiză de conținut – structurarea *itemilor (unităților analitice)* pe care aceasta i-a cuprins – a fost construită, pe de o parte, astfel încât să poată surprinde testarea ipotezelor noastre; pe de altă parte, am ținut cont şi de temele identificate în corpusul empiric delimitat. Cei mai mulți *itemi* (opt) au avut ca *unitate de înregistrare* **tema**, iar în acest caz am urmărit dacă tema respectivă apare sau nu în textul analizat. Dat fiind interesul nostru specific pentru mediatizarea temei integrării europene în contextul referendumului, am reținut pentru analiză un singur *item* pentru care unitatea de înregistrare a fost **cuvântul/expresia verbală**. *Itemii* grilei de analiză utilizate vor fi prezentați direct în tabelele de mai jos, în care se regăsesc şi rezultatele cercetării.

Deoarece unul din obiectivele noastre specifice a fost realizarea unei analize comparative – asupra celor mai importante ziare din România – cu privire la temele mediatizate, atitudinea adoptată şi atenția acordată, în general, evenimentului, am calculat, pe lângă *frecvențele brute* (numărul de apariții ale unităților de înregistrare în text), şi *indicii frecvenței de apariție per articol*, care ne vor permite realizarea unor comparații viabile. Pentru *itemii* a căror unitate de înregistrare a fost **tema**, valorile pe care le poate lua acest indice se încadrează între minimumul 0 (care desemnează faptul că tema respectivă nu apare în nici un articol analizat) şi maximumul 1 (atunci când tema apare în fiecare articol analizat). Cu cât valoarea se apropie mai mult de 1, cu atât unitatea de înregistrare respectivă a fost mai mult mediatizată. Pentru *itemul* a cărui unitate de înregistrare a fost **cuvântul** sau **expresia verbală**, indicele poate înregistra valori cuprinse între 0 (aceasta fiind valoarea minimă, neconsemnându-se nici o apariție în nici un articol) şi o maximă nelimitată, în funcție de abundența apariției unității de înregistrare în textele analizate. Cu cât valoarea acestui indice este mai mare, cu atât unitatea de înregistrare respectivă a fost mai des utilizată şi, deci, mai mult mediatizată.

CUM A FOST VĂZUTĂ DE ZIARE PROMOVAREA NOII CONSTITUȚII ŞI SEMNIFICAȚIA POLITICĂ A REFERENDUMULUI

Toate cele patru ziare ale căror editoriale au fost analizate fac referiri – într-o măsură mai mare sau mai mică şi în moduri specifice – la publicitatea făcută modificărilor aduse Constituției, fie anterior, fie în preajma referendumului. În afara unui singur editorial, cel din „România liberă", toate celelalte articole descriu

şi *condamnă* proasta promovare şi publicitate a noii Constituţii. Cea mai frecventă temă mediatizată în acest sens – de către toate ziarele analizate – este sublinierea folosirii metodei „mituirii pentru voturi", a „cointeresării" (oferirea de mici cadouri, gratuităţi, organizarea şi participarea la tombole etc., în cazul în care se merge la vot). Această metodă nedemocratică de promovare este amintită cel mai frecvent în ziarul „România liberă" (2 apariţii, indice de frecvenţă *per* articol: 0,5) şi „Evenimentul zilei" (acelaşi număr de apariţii, însă indice de frecvenţă *per* articol: 0,4). Ziarul „Ziua" remarcă cel mai frecvent dezinformarea şi lipsa de informare reală a electoratului românesc (indice 0,66), în timp ce două cotidiene („România liberă" şi „Evenimentul zilei" – acesta din urmă chiar de mai multe ori) compară publicitatea şi promovarea modificărilor Constituţiei cu propaganda specifică PCR şi lui Nicolae Ceauşescu. Remarcăm faptul că majoritatea caracterizărilor promovării sunt făcute în ziarele „Evenimentul zilei" (13 în 5 articole) şi „România liberă" (11 în 4 articole analizate) şi de asemenea, slaba mediatizare a *item*-ului în ziarul „Adevărul": aşa cum se observă şi în tabelul nr. 1, apare aici doar o singură unitate de înregistrare, într-un singur editorial.

Notă distinctă face, în cazul acestui *item*, „România liberă": în unul dintre editorialele analizate din acest ziar, se fac singurele referiri la o campanie publicitară puternică, profesionistă şi în stil occidental. „Nota distinctă" este cu atât mai pregnantă cu cât în acelaşi ziar se mediatizează, în alte editoriale, lipsa dezbaterilor obiective, publice sau utilizarea metodei „mituirii pentru voturi" (indice al frecvenţei *per* articol, în ambele cazuri: 0,5), caracterizarea promovării noii Constituţii ca fiind propagandă agresivă, mincinoasă, menită să terorizeze (indice: 0,25), lipsa explicaţiilor concrete sau greşeala publicităţii făcute noii Constituţii şi referendumului alături de reclamele obişnuite (de asemenea, indice al frecvenţei *per* articol: 0,25). În plus, aşa cum am subliniat deja, în acelaşi ziar se fac comparaţii, într-o altă ediţie, între actuala promovare a modificărilor aduse Constituţiei şi propaganda lui Nicolae Ceauşescu şi a comuniştilor, în general. Aşa cum vom remarca şi în continuare, în cazul aceluiaşi ziar, se confirmă în acest fel una dintre modalităţile de definire a editorialului ca gen redacţional şi a editorialistului ca personalitate publică a cărui semnătură, nume, prestigiu contează. Editorialistul este „supus" unor constrângeri care îi impun acestuia o modalitate specifică de a aborda un eveniment şi care îl determină, în acelaşi timp, să-şi construiască strategii clare de demarcare de restul editorialiştilor [Riutort, 1996]. Editorialistul nu se delimitează doar în raport cu restul jurnaliştilor, ci şi în raport cu restul editorialiştilor, semnatari fie în alte ziare, fie chiar în acelaşi ziar (cazul „României libere").

În ceea ce priveşte mediatizarea semnificaţiei politice a referendumului şi a modificărilor aduse Constituţiei României, remarcăm slaba corelare a evenimentului cu continuarea procesului de integrare europeană (o singură apariţie a temei, într-un singur cotidian, „România liberă"). De asemenea, nici un articol analizat nu consideră, de exemplu, că modificările aduse acum Constituţiei au ca semnificaţie politică continuarea procesului – început după căderea comunismului – de

democratizare a României. În schimb, referendumul este văzut, în trei ziare analizate, ca o testare sau repetiție preelectorală pentru partidul aflat acum la putere (PSD). În două dintre aceste ziare, indicii calculați iau valori peste 0,5, ceea ce înseamnă o mediatizare destul de intensă: „Ziua" (0,66) și „Evenimentul zilei" (0,6).

O analiză în profunzime a discursului editorialelor analizate ne sugerează, de asemenea, o primă observație referitoare la atitudinea ziarelor, observație care, așa cum se va vedea, se va confirma pe parcursul studiului și va fi detaliată în concluziile cercetării. Este vorba despre faptul că ziarul „Ziua" se remarcă prin atitudinea *cea mai radicală* nu doar față de referendum și față de modificările Constituției, ci mai ales față de actuala putere și actuala situație politică și socială din România. Astfel, „Ziua" mediatizează, într-unul din editorialele sale, faptul că referendumul este utilizat de PSD în scopuri preelectorale nu doar pentru a lua pulsul electoratului, ci și pentru a face o repetiție generală pentru viitoarea fraudă electorală pe care o pregătește pentru anul viitor:

PSD organizează acum, sub pretextul grabei, un furt electoral de proporții (...) Un mecanism bine uns, cu propaganda făcută de polițiști și preoți, cu confiscarea eforturilor comune în beneficiul exclusiv al partidului stăpân, cu un control guvernamental foarte strict asupra administrației locale, a poliției și jandarmeriei, va permite și fraudarea rezultatelor la referendum, și o repetiție generală pentru fraudarea alegerilor din 2004 (Zoe Petre, fragment de editorial din ziarul „Ziua", vineri 17 octombrie 2003).

Tot în ziarul „Ziua" observăm că referendumul este văzut și mediatizat nu ca un pas înainte în procesul de integrare europeană (care necesită și modificări legislative majore), ci din contră, ca un eveniment menit, în mod special, să ascundă incapacitatea guvernului actual de a se racorda la „Europa civilizată" (indice al frecvenței *per* articol pentru această unitate de înregistrare: 0,33).

Rezultatele analizei celui de-al treilea item al cercetării, strâns legat și care decurge din itemul referitor la semnificația politică a referendumului, anume confiscarea politică și/sau electorală a referendumului sau riscul unei asemenea acțiuni, sunt prezentate în tabelul nr. 3. Remarcăm în acest tabel că toate ziarele mediatizează, într-un fel sau altul, fenomenul respectiv sau posibilitatea apariției lui. Totodată, observăm că este subliniat nu doar interesul politic și electoral al partidului de guvernământ, ci și al unui alt partid, PRM, considerat în toate articolele analizate ca fiind cel mai periculos pentru viitorul României. Numai ziarul „Ziua" nu mediatizează un asemenea risc, subliniind doar, în termenii radicali amintiți, confiscarea politică a referendumului de către PSD (observăm cea mai mare valoare a indicelui frecvenței *per* articol în acest caz, anume 0,66).

Remarcăm faptul că ziarele „Evenimentul zilei" și „România liberă" mediatizează folosirea (sau riscul de folosire) în scopuri electorale a adoptării noii Constituții atât de către PSD, cât și de către PRM, în timp ce cotidianul „Adevărul" mediatizează riscul utilizării politice și electorale a referendumului *doar* de către PRM. Același ziar se remarcă din nou prin cea mai slabă frecvență a unităților de înregistrare.

MEDIATIZAREA *POST-FACTUM*: ABSENTEISMUL, UTILIZAREA MIJLOACELOR NEDEMOCRATICE DE VOT ŞI ÎNDOIELILE ASUPRA ACURATEŢII REZULTATELOR REFERENDUMULUI

Editorialele din cele două zile care au urmat referendumului privind modificarea Constituţiei României au fost consacrate în întregime sau au subliniat, în contextul analizelor jurnalistice făcute („reconstrucţiei evenimentului" de către editorialişti), apatia actuală a electoratului românesc, prezenţa la vot impresionant de slabă după prima zi de votare, abaterea de la normele democratice de vot prin utilizarea improprie a urnelor mobile, de exemplu, şi, nu în ultimul rând, îndoiala referitoare la realitatea rezultatelor oficiale ale referendumului, în speţă suplinirea existenţei posibilităţii unor diferenţe majore între rezultatele reale şi cele oficiale ale votului.

Referitor la itemul absenteismului şi apatiei electoratului românesc, observăm din tabelul 4 faptul că temele cele mai mediatizate în legătură cu această unitate analitică sunt, pe de o parte, „electoratul ajuns la saturaţie, dezamăgit" şi, pe de altă parte, „electoratul resemnat/iritat/dispreţuitor faţă de clasa politică" (la ambele teme, frecvenţă brută *per* totalul ziarelor: 5). Multe editoriale se constituie, însă, într-un fel de acuze implicite, dar şi clar explicite la adresa electoratului românesc, mergând de la caracterizarea acestuia ca fiind ignorant, „leneş", lipsit de cultură democratică, de spirit civic sau de interes pentru democraţie, până la poziţia mai radicală de caracterizare a acestuia ca un electorat, în mare parte, cu viziuni antidemocratice. Această poziţie radicală este întâlnită, din nou, în ziarul „Ziua", în editorialul semnat de Dan Pavel, luni 20 octombrie 2003.

Aşa cum se observă în tabelul de mai sus, două editoriale din două ziare („România liberă" şi „Ziua") nu se axează asupra apatiei şi caracterizării electoratului, care, în proporţie foarte mare, nu a mers la vot, ci amintesc şi subliniază faptul că, totuşi, şi absenteismul (sau aşa-numita „abţinere") este o opţiune democratică.

Mediatizarea *post-factum* în presa scrisă a cuprins, aşa cum am spus, şi remarcile referitoare la abaterea de la normele democratice de vot, cele mai frecvent întâlnite teme în acest caz fiind utilizarea improprie a urnelor mobile (în „Adevărul" şi „Evenimentul zilei") şi votarea în interval de două zile, şi nu doar într-o zi aşa cum se obişnuieşte (în „România liberă" şi „Ziua").

Tema diferenţei dintre rezultatul *real* şi cel *oficial* al referendumului apare, aşa cum vom vedea şi în tabelul nr. 6, fie ca o sugestie, ca o posibilitate:

...Dar cine poate crede că-n ultimele ore s-au repezit să voteze 20–30% din alegători? (Nicolae Prelipceanu, fragment de editorial din ziarul „România liberă", marţi 21 octombrie 2003), sau *La ora când scriu aceste rânduri, rezultatul referendumului îmi este străin. Pe cel adevărat s-ar putea să nu-l cunoaştem niciodată. Iar cel oficial ne va sosi după închiderea ediţiei* (Cornel Nistorescu, fragment de editorial din ziarul, „Evenimentul zilei", luni 20 octombrie 2003);
fie ca o certitudine care nici nu mai are nevoie de comentarii: *Aşa s-a ajuns sâmbătă seara, când PSD s-a trezit vârât până în gât în groapa pe care însuşi o*

săpase. Cu o prezență ridicolă de doar 14 % și cu un electorat sastisit și iritat de campania deșănțată care amintea de congresele lui Ceaușescu. Spectrul căderii zgomotoase a referendumului a apărut în fața liderilor PSD în toată grozăvia lui. Și teama de a nu pica o dată cu Constituția. Loc de dat înapoi nu mai era. Trebuia mers până la capăt. Atunci s-a luat decizia catastrofală. Lucrurile au fost forțate și împinse dincolo de limitele ridicolului. Așa s-a ajuns ca duminică să se raporteze o prezență la vot de trei ori mai mare decât în urmă cu o zi, după ce țara se transformase în circ (Adrian Pătruşcă, fragment de editorial din ziarul „Ziua", marți 21 octombrie 2003).

Observăm că în timp ce în trei dintre ziarele analizate – „Evenimentul zilei", „România liberă" și „Ziua", acesta din urmă fiind și cel mai radical (este singurul ziar în care se vorbește despre furt electoral de proporții și despre fraudă la vedere) – sunt exprimate îndoieli mai mult sau mai puțin explicite referitoare la acuratețea rezultatelor oficiale ale referendumului, „Adevărul" este singurul ziar care subliniază că *nu a existat o falsificare electorală semnificativă:*

Că au fost nereguli și fraude punctuale e cât se poate de clar. Că s-a forțat folosirea urnelor mobile, e iarăși clar. Nu credem însă în posibilitatea logică și fizică a unei falsificări electorale de nivel semnificativ (Cristian Tudor Popescu, fragment de editorial din ziarul „Adevărul", marți 21 octombrie 2003).

Interesantă apare și diferența de viziune dintre două cotidiane în ceea ce privește mediatizarea demiterii a trei miniștri în chiar dimineața care a urmat referendumului (luni, 20 octombrie). Ambele ziare subliniază folosirea strategică de către guvern a demiterilor, însă în timp ce „Adevărul" consideră că demiterile au fost pronunțate în acel moment pentru ca scandalul pe care îl provocau să fie eclipsat de referendum, „Ziua", din contră, consideră că momentul respectiv a fost ales astfel încât demiterile să eclipseze referendumul (ale cărui rezultate urmau a fi fraudate).

ATITUDINEA FAȚĂ DE REFERENDUM. EVALUAREA FĂCUTĂ DE PRESA SCRISĂ

Urmând traseul marcat de testarea ipotezelor specifice, formulate la începutul studiului, am continuat cercetarea cu analiza atitudinii ziarelor (prin editorialiștii semnatari ai articolelor analizate) față de referendum și față de modificarea Constituției. Așa cum se va observa și mai jos, în tabelul nr. 7, datele empirice ne vor confirma ipoteza noastră cu privire la adoptarea de către ziariști a unei atitudini „partizane", fie ea favorabilă sau nefavorabilă, față de eveniment, în detrimentul unei atitudini neutre. Iată, în continuare, cum au evaluat cele mai importante patru ziare din România referendumul desfășurat în 18–19 octombrie 2003:

Remarcăm, încă de la început, că o atitudine în totalitate neutră poate fi regăsită doar în trei articole din totalul de 15 analizate. În al doilea rând, observăm că primează o *atitudine favorabilă* în detrimentul unei atitudini nefavorabile. În timp ce nici un ziar nu îndeamnă explicit cititorii să nu meargă la vot, două ziare îndeamnă explicit cititorii lor să meargă la vot. Cu alte cuvinte, editorialiștii ale

căror articole au fost analizate îşi asumă rolul de „purtători de cuvânt" ai binelui public, de personaje care ştiu mai bine şi care împărtăşesc şi celorlalţi ceea ce ei cunosc deja, însă nu doar atât, ci şi valorizează informaţiile împărtăşite, îndeamnă cititorii la un anumit tip de *acţiune: să voteze.* Ceea ce reiese interesant din analiză este diferenţierea chiar în corpusul ziarelor cu o atitudine favorabilă faţă de referendum. Astfel, într-unul din editorialele sale, „România liberă" îndeamnă explicit cititorii ***să meargă să voteze Constituţia***:

Dincolo de supărările noastre, de şicanele la care suntem supuşi, votarea legii-legilor este un act necesar. Oricare ar fi nemulţumirile românilor, nu există motiv serios pentru un vot împotriva modificărilor aduse Constituţiei. Trebuie să privim avantajele noii variante (...) Nici nu vrem să ne gândim că luni vom afla că a căzut Constituţia la referendum (Petre Mihai Băcanu, fragment de editorial din ziarul „România liberă", vineri 17 octombrie 2003);

în timp ce în „Evenimentul zilei" îndemnul explicit este ***pentru vot – fie el da, fie nu***:

Oricât ne-am distrat, oricâte excese au fost comise, nu e de glumit cu acest referendum. Lucrurile au ajuns prea departe. Trebuie mers la votare. Cu da sau nu, aşa cum dictează conştiinţa fiecărui român. Dar referendumul nu trebuie ignorat (Cornel Nistorescu, fragment de editorial din ziarul „Evenimentul zilei", vineri 17 octombrie 2003).

Pe de altă parte, singura atitudine ambiguă pe care am încadrat-o mai degrabă într-o categorie de atitudine *implicit nefavorabilă* (am luat în considerare ansamblul mediatizării şi evaluarea generală a ziarului dată evenimentului) este regăsită în cazul ziarului „Ziua" (indice de frecvenţă *per* articol cu o valoare semnificativă: 0,66).

Aşa cum se observă şi în tabelul nr. 7, din nou ziarul „România liberă" se diferenţiază prin delimitarea clară a specificităţii viziunii personalităţii care semnează editorialul. Astfel, în timp ce într-unul din editorialele acestui ziar este subliniată clar tema conform căreia votul pentru Constituţie reprezintă un vot pentru Uniunea Europeană, în alt editorial din aceeaşi publicaţie este negată explicit această idee (fapt consemnat în tabel prin semnul ~).

TEMA CORUPŢIEI ÎN CONTEXTUL MEDIATIZĂRII REFERENDUMULUI

Porneam în demersul nostru de la presupoziţia că mediatizarea, în presa scrisă centrală, a referendumului privind modificarea Constituţiei României, se va centra preponderent asupra unor aspecte şi teme conexe evenimentului. Când am întreprins analiza am constatat că ipoteza se confirmă în legătură cu o singură tematică, ce va fi prezentată în continuare ca *itemul* „corupţiei la vârf/politice". Într-adevăr, corupţia a fost prezentă în mediatizarea referendumului ca un leitmotiv omniprezent, iar faptul că unităţile de înregistrare desemnate în legătură cu această temă sunt cele mai numeroase în comparaţie cu orice alt *item* analizat aici (total: 34 – comparaţia se face, desigur, cu *itemii* ale căror unităţi de înregistrare au fost

temele, nu cuvintele) ne confirmă ipoteza de lucru conform căreia mediatizarea studiată s-a centrat în primul rând asupra corupției, și apoi asupra aspectelor care țineau exclusiv de conținutul și evaluarea referendumului.

Tabelul de mai sus ne arată că unitatea de înregistrare cu cea mai mare frecvență este aceea referitoare la existența corupției până la nivel guvernamental (frecvență brută *per* totalul articolelor cu valoarea cea mai mare: 6). Aceeași temă înregistrează, de altfel, și valorile cele mai mari ale indicilor frecvenței *per* articol (0,75 în „România liberă" și 0,66 în „Ziua"), ceea ce ne demonstrează importanța care i s-a acordat temei corupției guvernamentale în cea mai mare parte a articolelor analizate din aceste ziare. O a doua temă larg mediatizată legată de corupția la vârf este cea referitoare la puterea nelimitată a așa-numiților „baroni locali" (frecvență brută *per* totalul articolelor: 6), iar indici ai frecvenței *per* articol 0,66 în „Ziua" și 0,4 în „Evenimentul zilei".

Alte teme frecvent mediatizate în legătură cu acest *item* sunt existența corupției instituționalizate (indice 0,66 în „Ziua"), acțiunile de aparentă democrație menite să nu stopeze „fondurile europene" (indice 0,66 – de asemenea în ziarul „Ziua"), existența corupției generalizate (indice 0,5 în „România liberă") sau incompetența (indice 0,4 în „Evenimentul zilei").

Ziarul „Adevărul" face, și în această privință, notă distinctă. În comparație cu celelalte ziare, „Adevărul" mediatizează mult mai slab *itemul* corupției (numai două unități de înregistrare consemnate, față de 12 în „România liberă", 11 în „Ziua" și 9 în Evenimentul zilei). Mergând însă și mai mult în profunzime cu analiza, constatăm o diferențiere netă chiar în conținutul acestei mediatizări (comparativ cu restul cotidianelor). Astfel, „Adevărul" nu mediatizează nici o temă legată de corupția până la nivel guvernamental, puterea „baronilor locali", corupția instituționalizată sau deturnarea fondurilor UE etc., ci este singurul ziar care înțelege „corupția generalizată" (frecvență brută de apariție: 1 în 3 articole, ceea ce înseamnă un indice al frecvenței *per* articol de 0,33) ca „vină a cetățenilor care dau șpăgi în loc să reclame funcționarii corupți" (și în acest caz, același indice: 0,33).

„SINTAGMELE EUROPENE" ÎN MEDIATIZAREA REFERENDUMULUI

Așa cum precizam la începutul studiului, ne-a interesat această analiză în principal (însă nu exclusiv) dintr-o perspectivă punctuală: modul în care tema integrării europene a României este mediatizată în contextul referendumului. De aceea, am reținut pentru analiză și un *item* pentru care unitatea de înregistrare a fost **cuvântul/expresia verbală**. Am denumit acest *item,* generic, „sintagmele europene". Ne-au interesat, în acest caz, care sunt cele mai frecvente referiri întâlnite în ziare cu privire la Uniunea Europeană, la Europa (în general), la integrarea României în Uniunea Europeană. Unitățile de înregistrare ne-au fost sugerate exclusiv de materialele analizate.

Observăm că, *per* totalul articolelor, cea mai mare frecvenţă brută este întâlnită în cazul unităţii de înregistrare „UE/ Uniunea Europeană" (11 în 15 articole analizate), urmată de sintagma „aderarea la UE" (frecvenţă brută: 6 *per* total).

La nivelul ziarelor, sintagma „integrare europeană" înregistrează valoarea cea mai mare a indicelui frecvenţei *per* articol (1,66 în cotidianul „Ziua"), urmată de „UE/ Uniunea Europeană" (cu indicii 1,25 în „România liberă" şi 1 în „Adevărul") şi sintagma „aderarea la UE" (indici 1 în „Adevărul" şi 0,5 în „Evenimentul zilei"). Observăm că ziarul „Ziua" mediatizează cele mai multe teme în legătură cu acest item (17 în 3 articole), în timp ce, în „Evenimentul zilei" mediatizarea acestuia este cea mai slabă (7 teme în 5 articole). În acest din urmă cotidian, interesant este faptul că sintagma/expresia care apare cel mai frecvent în legătură cu Europa şi/sau cu integrarea noastră europeană este aceea referitoare la „fondurile europene".

CONCLUZII

Pe parcursul studiului am subliniat deja elementele esenţiale ale testării ipotezelor noastre de lucru, ipoteze care, aşa cum am văzut, s-au confirmat total (ipoteza atitudinii precumpănitor – partizane a ziarelor) sau în anumite privinţe (mediatizarea mai frecventă a temei corupţiei în contextul mediatizării referendumului şi modificării Constituţiei). Am văzut, de asemenea, că mulţi editorialişti îşi asumă rolul de a îndemna cititorii la un anumit tip de *acţiune*, trecând, astfel, dincolo de o graniţă până la care se constituie, de obicei, rolul jurnalistului *de a informa* şi rolul editorialistului *de a comenta*, de a reconstrui într-o manieră proprie un eveniment. Or, aşa cum am văzut, multe din editorialele analizate nu doar au comentat sau (re)construit un eveniment, ci au pus un verdict, au adoptat făţiş o atitudine prin care spuneau cititorilor *cum este mai bine să acţioneze*.

Pe de altă parte, se poate spune că ziarele analizate au mediatizat în principal nu semnificaţia civică sau legislativă a referendumului, şi nici măcar semnificaţia „europeană" a modificărilor Constituţiei, ca adaptare la normele comunitare (inclusiv semnificaţia, în această privinţă, a unui posibil eşec al referendumului), ci semnificaţia politică a acestuia – ce înseamnă el (sau eşecul lui) pentru partidul aflat la putere, pentru alte partide politice şi, în general, situaţia politică actuală. Multe editoriale studiate au făcut legături clare între referendum şi alegerile politice care vor avea loc în 2004.

În acest context, oarecum conex, al mediatizării semnificaţiei referendumului, am remarcat, aşa cum deja am spus-o, faptul că pe o posibilă scală ziarul „Ziua" se dovedeşte a avea cea mai radicală, mai „dură" atitudine în privinţa celor mai mulţi *itemi* analizaţi (evaluare, semnificaţia politică a referendumului, posibila diferenţă dintre rezultatul anunţat şi cel real – şi, în general, faţă de partidul de guvernământ), în timp ce la celălalt pol al scalei se situează ziarul „Adevărul", care a adoptat, în comparaţie cu restul ziarelor analizate, o atitudine moderată în toate privinţele (inclusiv corupţia şi, în general, în poziţia adoptată faţă de partidul aflat

acum la putere – care nu este evaluat negativ în nici unul din editorialele analizate, ci cel mult ignorat). Această notă distinctă pe care o face ziarul „Adevărul" este una dintre concluziile oarecum neașteptate ale acestei cercetări. În timp ce toate celelalte ziare deplâng, la unison și de cele mai multe ori explicit, situația politică internă actuală a României – corupția instituționalizată, repetițiile sau confiscările electorale etc., ziarul „Adevărul" cel mult o ignoră. Iar dacă este deplâns ceva, atunci nu clasa politică poartă vina principală, ci „miserupiștii" (cum sunt numiți, sugestiv, cetățenii Bucureștiului în editorialul de marți, 21 octombrie 2003) care întrețin, în viziunea acestui ziar, corupția generalizată prin perpetuarea sistemului „șpăgilor" în locul „denunțării cinstite" a funcționarilor care pretind aceste șpăgi.

BIBLIOGRAFIE

BERGER, P. L. și LUCKMANN, T., *Construcția socială a realității,* București, Editura Univers, 1999.

CHELCEA, S., *Analiza conținutului documentelor sociale,* în Chelcea, S. (coord.), *Semnificația documentelor sociale,* București, Editura Științifică și Enciclopedică, p. 78–113, 1985.

CHELCEA, S., MĂRGINEAN, I. și CAUC, I., *Cercetarea sociologică. Metode și tehnici,* Deva, Editura Destin, 1998.

GUNTER, B., *Media Research Methods,* London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications, 2000.

HOLSTI, O.R., *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities,* New York, Free Press, 1969.

O'SULLIVAN, T. et al., *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale,* Iași, Editura Polirom, 2001.

RIUTORT, Ph., *Grandir l'événement. L'art et la manière de l'éditorialiste,* în „Réseaux", nr. 75, 1996.

Tabelul nr. 1

Tip	Promovarea, publicitatea făcută modificărilor aduse Constituţiei	„Adevărul"		„Evenimentul zilei"		„România liberă"		„Ziua"		Total
		Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 5		Nr. art. analizate: 4		Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 15
		Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută
Proastă	Comparaţie cu propaganda PCR			2	*0,4*	1	*0,25*			3
	Comparaţie cu propaganda utilizată de N. Ceauşescu			2	*0,4*	1	*0,25*	1	*0,33*	4
	Propagandă agresivă, mincinoasă, menită să terorizeze					1	*0,25*			1
	Propagandă/ publicitate primitivă			1	*0,2*					1
	Propagandă/ publicitate deşănţată			1	*0,2*			1	*0,33*	2
	Lipsa mijloacelor democratice şi moderne de publicitate			1	*0,2*					1
	Dezinformare/ Lipsa de informare reală a electoratului							2	*0,66*	2
	Lipsa explicaţiilor concrete			1	*0,2*	1	*0,25*			2
	Lipsa dezbaterilor obiective, publice			1	*0,2*	2	*0,5*			3
	Greşeala alăturării publicităţii făcute Constituţiei la reclamele obişnuite (la detergenţi, vopsea de păr etc.)					1	*0,25*			1
	Folosirea metodei „mituirii pt. voturi", a „cointeresării" (oferirea de mici cadouri, gratuităţi, org. de tombole etc. – dacă se merge la vot)	1	*0,33*	2	*0,4*	2	*0,5*	1	*0,33*	6
	Folosirea şantajului „economic" (vă pierdeţi pensia/ micile avantaje/ chiar slujba etc.)			1	*0,2*			1	*0,33*	2
	Folosirea şantajului „politic" (dacă nu votaţi, înseamnă că sunteţi de partea PRM şi a lui C.V. Tudor; sau: PSD către autorităţile locale: „dacă nu se votează, vă pierdeţi funcţiile" etc.)			1	*0,2*			1	*0,33*	2
Bună	Campanie de promovare/ publicitate profesionistă, în stil occidental					1	*0,25*			1
	Campanie de publicitate puternică					1	*0,25*			1
	Total	**1**		**13**		**11**		**7**		**32**

Tabelul nr. 2

Semnificația politică a referendumului	„Adevărul"		„Evenimentul zilei"		„România liberă"		„Ziua"		Total
	Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 5		Nr. art. analizate: 4		Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 15
	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută
Modificarea Constituției *(cauză)* ne va permite continuarea procesului de integrare în UE *(efect)*					1	*0,25*			1
Eșecul referendumului ar putea produce izolarea României pe plan internațional (eșecul fiind perceput ca revenirea în forță a naționalist-extremiștilor)			1	*0,2*					1
Nevalidarea referendumului ar fi un dezastru pt. imaginea României			1	*0,2*					1
Examen/ Testare/ Repetiție pre-electorală pt. PSD și Adrian Năstase	1	*0,33*	3	*0,6*			2	*0,66*	6
Menirea referendumului este să ascundă incapacitatea guvernului Năstase de a racorda România la Europa civilizată							1	*,33*	1
Total	**1**		**5**		**1**		**3**		**10**

Tabelul nr. 3

Confiscarea politică / (riscul de) folosirea în scopuri electorale a referendumului, a adoptării noii Constituții	„Adevărul"		„Evenimentul zilei"		„România liberă"		„Ziua"		Total
	Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 5		Nr. art. analizate: 4		Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 15
	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută
De către PSD (pt. a susține că datorită lui ne vom integra în UE/ sau pt. a deturna sensul referendumului într-un vot de încredere în favoarea sa etc.)			2	*0,4*	1	*0,25*	2	*0,66*	5
De către PRM (care, în cazul nevalidării referendumului, va susține că la îndemnul său populația nu a mers la vot etc.)	1	*0,33*	1	*0,2*	2	*0,5*			4
Total	**1**		**3**		**3**		**2**		**9**

Tabelul nr. 4

Apatia electoratului românesc. Slaba prezenţă la vot. Absenteismul	„Adevărul"		„Evenimentul zilei"		„România liberă"		„Ziua"		Total
	Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 5		Nr. art. analizate: 4		Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 15
	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută
Lipsa culturii democratice a membrilor societăţii româneşti/ lipsa exerciţiului democratic					1	*0,25*	1	*0,33*	2
Lipsa spiritului civic, a spiritului de apartenenţă la „cetate". Comportamente necivilizate	1	*0,33*					1	*0,33*	2
Lipsa interesului pt. democraţie (faţă de interesul pt. calitatea vieţii)			1	*0,2*	1	*0,25*	1	*0,33*	3
Alegători comozi, leneşi, plictisiţi, „băşcălioşi"			1	*0,2*					1
Electorat ajuns la saturaţie, dezamăgit	1	*0,33*	1	*0,2*	2	*0,5*	1	*0,33*	5
Electorat resemnat/ iritat/ disprețuitor faţă de clasa politică	1	*0,33*	1	*0,2*	1	*0,25*	2	*0,66*	5
Electorat ignorant					1	*0,25*	1	*0,33*	2
Mare parte din electorat are viziuni anti-democratice (intoleranţă faţă de minorităţi; susţinerea partidelor extremiste; simpatizarea mineriadelor etc.)							1	*0,33*	1
Absenteismul este, totuşi, o opţiune democratică					1	*0,25*	1	*0,33*	2
Total	**3**		**4**		**7**		**9**		**23**

Tabelul nr. 5

Folosirea unor metode / mijloace nedemocratice de vot	„Adevărul"		„Evenimentul zilei"		„România liberă"		„Ziua"		Total
	Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 5		Nr. art. analizate: 4		Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 15
	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută
Utilizarea urnelor pe străzi, sub diferite pretexte (nefondate)	1	*0,33*	1	*0,2*					2
„Oricine" a putut vota „oriunde"							1	*0,33*	1
Două zile de votare					1	*0,25*	1	*0,33*	2
Total	**1**		**1**		**1**		**2**		**5**

Tabelul nr. 6

Diferența dintre rezultatul *real* și rezultatul *oficial* al referendumului	„Adevărul"		„Evenimentul zilei"		„România liberă"		„Ziua"		Total
	Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 5		Nr. art. analizate: 4		Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 15
	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută
Furt electoral de proporții/ fraudă la vedere							2	*0,66*	2
Slaba probabilitate ca în ultimele ore să voteze 20-30 % din alegători			1	*0,2*	1	*0,25*	1	*0,33*	3
Distragerea atenției opiniei publice prin utilizarea unei diversiuni (demiterea/ sacrificarea a trei miniștri chiar în dimineața care a urmat referendumului)	1	*0,33*	1	*0,2*			1	*0,33*	3
Nereguli și fraude punctuale – dar fără falsificări electorale semnificative	1	*0,33*							1
Total	**2**		**2**		**1**		**4**		**9**

Tabelul nr. 7

Evaluare/ Atitudine a ziarului față de referendum	„Adevărul"		„Evenimentul zilei"		„România liberă"		„Ziua"		Total
	Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 5		Nr. art. analizate: 4		Nr. art. analizate: 3		Nr. art analizate: 5
	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută
Atitudine favorabilă, regăsită în următoarele forme: -atitudine favorabilă în totalitate față de Constituție (îndemn explicit către cititori să meargă *să voteze Constituția)*					1	*0,25*			1
– atitudine favorabilă în totalitate față de vot (îndemn explicit către cititori să meargă *să voteze – fie da, fie nu)*			1	*0,2*					1
–„boicotul nu este o soluție"/ „referendumul nu trebuie ignorat"			1	*0,2*	2	*0,5*			3
-„votul pt. modificările Constituției reprezintă un vot pt. UE"					1 ~1	*0,25*			1 ~1
-atitudine favorabilă *implicită*	1	*0,33*							1
Atitudine nefavorabilă (îndemn explicit către cititori să nu meargă la vot)									

Tabelul nr. 7 Continuare

Evaluare/ Atitudine a ziarului faţă de referendum	„Adevărul"		„Evenimentul zilei"		„România liberă"		„Ziua"		Total
	Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 5		Nr. art. analizate: 4		Nr. art. analizate: 3		Nr. art analizate: 5
	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută
Atitudine ambiguă/ *(implicit nefavorabilă)*							2	*0,66*	2
Atitudine neutră	*1*	*0,33*	2	*0,4*					3
Nu se fac referiri (tema principală a articolului nu este referendumul)	1	*0,33*	2	*0,4*	1	*0,25*	1	*0,33*	5
Total	**3**		**6**		**6**		**3**		**18**

Tabelul nr. 8

Tema corupţiei la vârf (politice)	„Adevărul"		„Evenimentul zilei"		„România liberă"		„Ziua"		Total
	Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 5		Nr. art. analizate: 4		Nr. art. analiz: 3		Nr. art. analizate: 15
	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută	Frecvenţă apariţie/ articol	Frecvenţă brută
Corupţie generalizată	1	*0,33*	1	*0,2*	2	*0,5*			4
Corupţie până la nivel guvernamental			1	*0,2*	3	*0,75*	2	*0,66*	6
Corupţie instituţionalizată			1	*0,2*	1	*0,25*	2	*0,56*	4
Puterea nelimitată a „baronilor locali"			2	*0,4*	1	*0,25*	2	*0,66*	5
Clientelism politic					1	*0,25*	1	*0,33*	2
Incompetenţă			2	*0,4*			1	*0,33*	3
Ineficienţă – chiar a noii Constituţii (adoptată de faţadă / şi pe vremea comuniştilor era în vigoare o Constituţie „democratică")					**1**	*0,25*			**1**
Deturnare/ Gestionare incorectă a fondurilor europene (UE)			1	*0,2*			1	*0,33*	2
Acţiuni de aparentă democraţie pt. a nu periclita negocierile cu UE (şi, implicit, pt. a nu fi stopaţi banii de la UE)			1	*0,2*	**1**	*0,25*	**2**	*0,66*	**4**
Combaterea „lingvistică" a corupţiei					1	*0,25*			1
România este pe primul loc în Europa de sud-est în ceea ce priveşte corupţia					1	*0,25*			1
Vina este a cetăţenilor care dau „şpăgi", în loc să reclame funcţionarii	1	*0,33*							1
Total	**2**		**9**		**12**		**11**		**34**

Tabelul nr. 9

„Sintagme europene" – unitatea de înregistrare: cuvântul sau expresia verbală	„Adevărul"		„Evenimentul zilei"		„România liberă"		„Ziua"		Total
	Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 5		Nr. art. analizate: 4		Nr. art. analizate: 3		Nr. art. analizate: 15
	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută	Frecvență apariție/ articol	Frecvență brută
UE / Uniunea Europeană	3	*1*			5	*1,25*	3	*1*	11
Comisia Europeană			1	*0,2*					1
Comunitatea Europeană					1	*0,25*			1
Europa (în general)	1	*0,33*			1	*0,25*	2	*0,66*	4
Oficiali europeni (ai UE)							2	*0,66*	2
„Integrare europeană"			1	*0,2*			5	*1,66*	6
Intrare/ integrare în UE			1	*0,2*	1	*0,25*	1	*0,33*	3
Aderarea la UE	3	*1*			2	*0,5*	1	*0,33*	6
Negocierea cu UE			1	*0.2*			2	*0.66*	3
Fondurile europene			3	*0,6*			1	*0,33*	4
Total	7		7		10		17		41

ŞTIINŢĂ ŞI SENS COMUN

PANAGIOTIS CHRISTIAS
(Université Paris I, Franţa)

Cum se face ştiinţa pornind de la sensul comun? Cum pot categoriile imaginabilului şi ale credibilului să fondeze o ştiinţă? Putem să afirmăm că principiul unui raţionament al sensului comun rezidă în interdependenţa dintre *mod* şi *dictum. Modul* trimite la condiţiile sociale de producere a discursului, el este violenţa altuia: acesta este motivul pentru care o teorie a acţiunii să nu poate fi decât sociologică. *Dicta* sunt, la rândul lor, ceea ce noi numim, în acord cu Simmel, *apriori*-uri ale acţiunii istorice. Întrebarea pe care o punem, plecând de la această remarcă, este, nici mai mult nici mai puţin, posibilitatea unei ştiinţe practice, elaborate pe baza propoziţiilor sensului comun.

Cel care a formulat cel mai bine fondul ştiinţific al sensului comun a fost, fără nici un fel de îndoială, Aristotel. Meritul Stagiritului este de a fi înţeles şi exprimat foarte devreme faptul că ştiinţa este un discurs şi că, atunci când devine obiect de studiu, ea ar trebui să corespundă unui anumit tip de discurs, precum şi să aparţină unei reţele de genuri discursive. La începutul *Topicelor* sale [100a. 23–100b. 24], el scrie:

Dacă îl citâm întotdeauna pe Aristotel, acest lucru se datorează faptului că epistemologia nu a făcut mari progrese după el. Proba pentru aceasta este faptul că ştiinţa sensului comun, ştiinţa practică pe care se fondează acţiunea socială şi care este numită de către Aristotel „silogismul dialectic", este de asemenea avut în vedere de către Georg Simmel în *Die Probleme der Geschichtsphilosophie,* adică în cel mai important studiu al său asupra teoriei cunoaşterii (*Eine erkenntnistheoretische Studie*) după cum precizează autorul însuşi. Mai mult, autorul utilizează acest tip de raţionament pentru a se asigura în ceea ce priveşte rezultatele investigaţiilor sale. De exemplu, pentru a demonstra **diminuarea caracterului individual în mulţime,** după ce a citat opiniile şi constatările a numeroşi istorici şi actori politici de la Solon până la Frederic cel Mare, Simmel concluzionează: „Este ceea ce confirmă diversele observaţii, unele nesemnificative prin conţinutul lor, dar care, datorită multiplicităţii lor, dobândesc o semnificaţie sociologică şi, mai mult, devin simboluri ale situaţiilor şi evenimentelor istorice foarte importante"[1]. Argumentul pe care îl avansează Simmel este cel al lui

[1] *Sociologie şi epistemologie*, PUF, Paris, 1981, p. 112–113.

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 417–424, Bucureşti, 2004

Plethon, anume proba prin consimțământ general. Acest argument, așa cum am amintit deja, nu implică un referendum mondial ci este, cum o spune Aristotel, dialectic în însăși esența sa. Pentru a explicita cuvintele Stagiritului, vom studia mai îndeaproape teoria lui Simmel.

Autorii care l-au condamnat pe Simmel de psihologism, dintre care Durkheim, nu au fost destul de atenți la conținutul logic al argumentației sale și la teoria cunoașterii dezvoltată de el. Simmel raționează ca un logician de inspirație aristoteliciană. Silogismul tradițional implică o propoziție majoră, una minoră, care trebuie să poată fi subsumată majorei, și concluzia logică a silogismului, inferența. Acest tip de silogism se aplică în domeniul juridic. Majora este propoziția legii, considerată aprioricâ și categorică, după Kant. Propoziția minoră este cazul concret, în care este vorba de stabilirea faptelor, *to pragma*, „lucrul", cum îl numește Aristotel în *Retorica* sa. Doar după aceasta putem concluziona că faptele sunt concludente: judecătorii au examinat, de exemplu, faptele și acestea corespund formei juridice de „furt calificat". Evidența majorei este indiscutabilă, ea este „credibilă" prin ea însăși și nu printr-o altă propoziție, așa după cum precizează Aristotel. În limbaj kantian, ea este o propoziție *a priori*. Minora conține faptele empirice, observațiile și constatările. Proba este făcută prin subsumarea minorei față de majoră, ceea ce în limbaj kantian ar fi aducerea reprezentării (empirice) la concept (*a priori*) și în limbajul lui Simmel, readucerea la viață a formelor. Cum o demonstrează Simmel, tocmai această separare riguroasă între *a priori* și empiric este ceea ce lipsește în științele practice. Aristotel separă silogismul dialectic de silogismul în forma sa pură, pe care îl numește simplu, silogism. Diferența între cele două nu este în structura silogismului, ci în statutul majorei. În cazul silogismului pur, statutul propoziției respective este unul pur logic și/sau metafizic. Acest statut corespunde *a priori*-ului kantian. În silogismul dialectic, majora este, la rândul ei, *a posteriori* sau empirică. Iată deci problema: cum să se asigure veracitatea unei propoziții empirice dacă nu o putem subsuma unei propoziții aprioricе, evidentă prin ea însăși, altfel spus, să fie adusă la un concept al înțelegerii pure? Problema filosofiei istoriei este deci aceasta: că prin natura sa psihologică – psihologic aici se referă nu la psihologia modernă, ci la vechile categorii ale sufletului, care conțineau, în mod egal, impresiile cognitive sau „procesele mentale", cum precizează Simmel, adică ceea ce noi numim simplu conținuturi intenționale – studiul istoric trebuie să se producă prin inducția majorelor sale. În alți termeni, nu există *a priori* istoric, cel puțin în sensul pur al termenului. Sub influența lui Kant, Simmel numește propozițiile majore aprioricе „forme" ale înțelegerii pure, pe care le distinge de „formele" istorice și sociologice ale raționamentelor practice, referindu-se la tipul de raționament platonico-aristotelician avansat de Platon, adică la consimțământul universal și la silogismul dialectic.

Ceea ce Simmel reproșează lui Kant este de a fi operat o distincție foarte riguroasă între *a priori* și empiric: „Având în vedere separația riguroasă pe care a introdus-o între *a priori* și empiric, Kant nu a **remarcat** în același timp, limitele dominației inconștiente exercitate prin formele *a priori* asupra datelor experienței. Această separație rămâne, bineînțeles, perfect justificată din punctul de vedere al

metodei, al principiilor, al claritătii conceptuale şi discuţia trebuie să se poarte asupra conţinutului funcţiilor calificate de *a priori*. Dar ceea ce aş dori să pun în evidenţă este următorul fapt: anumite propoziţii care, din punctul de vedere elevat în care s-a plasat Kant, maschează un caracter empiric, funcţionează totuşi, pentru anumite ramuri ale ştiinţei, ca propoziţii *a priori*. În această calitate, ele funcţionează ca un *a priori* kantian, având aceeaşi capacitate de punere în formă[2]". Aceasta semnifică faptul că anumite propoziţii pot ocupa funcţia majorei, chiar dacă sunt empirice, adică discutabile din punctul de vedere al conţinutului de adevăr. Propoziţiile de felul acesta sunt produsul gândirii umane, incomplete şi deci subiect al erorii; sunt produse ale inducţiei umane, care pot induce în eroare, şi nu sunt fructul cules de Graţie, natural sau supranatural. Primele principii nu sunt disponibile în toate „provinciile ştiinţei". Nu sunt prezente decât în ştiinţele deductive, ca matematicile. În ştiinţele inductive, dintre care sociologia – după cum spune Simmel, pentru care domeniul sociologiei este inducţia – nu ne putem servi de propoziţii apriorice, pentru simplul motiv că nu există. Simmel nu urmează critica radicală a kantianismului, după care înseşi categoriile înţelegerii pure nu pot fi decât postulate arbitrar fără să fie demonstrate, după care Fichte propunea metoda sa genetică, care nu mai vorbeşte de conceptele *a priori,* ci despre operaţii logice ale discursului ştiinţific. În ceea ce îl priveşte pe Simmel, lui i-a fost suficient să demonstreze că, în domeniul ştiinţei inductive, termenii de *a priori* şi de empiric sunt relativi. Dacă reluăm limbajul lui Aristotel, aceasta nu semnifică faptul că toate opiniile îşi află valoarea în sine şi nici că există mecanisme dinamice care decid ca anumite propoziţii să fie „ţinute ca adevărate". Astfel opinia întregii lumi, a celor mai deştepţi sau a celei mai mari părţi a celor mai deştepţi apasă/influenţează pe judecarea unei propoziţii. Simmel continua apoi: „la fel cum experienţa se ridică astăzi la înălţimi pe care Kant nu le zărea, tot aşa *a priori*-ul coboară în cele mai adânci profunzimi. Printr-o suită de transformări insesizabile, se trece de la formele cele mai generale – cele care se aplică la toate domeniile empirice şi la toate experienţele singulare – la forme speciale care, deşi de origine empirică, pot fi utilizate ca forme *a priori,* aplicabile la anumite conţinuturi. Cel puţin, aşa ne învaţă practica"[3].

Cum poate ştiinţa inductivă, deci sociologia prin excelenţă, să producă *a priori*-urile sale sau majorele sale? În limbajul lui Simmel, cum îşi poate produce formele? Orice formă este o legătură între diferite singularităţi: „orice formă (...) este întotdeauna o legătură"[4], scrie Simmel. Formele generale, timpul şi spaţiul, de exemplu, funcţionează ca legături în unitatea spaţio-temporală a acţiunii umane: contiguitatea temporală şi spaţială, consecuţia şi simultaneitatea în timp creează cadrul înţelegerii acţiunii omului în istorie. De la forme atât de generale, alunecăm la altele care produc la rândul lor cadrul unei unităţi, ca de exemplu, familia sau Statul. Aceste forme depind de formele generale prin faptul că timpul şi spaţiul le

[2] *Les problèmes de la philosophie de l'histoire*, PUF, Paris, 1984, p. 63.
[3] *Ibidem.*
[4] *Le domaine de la sociologie* în *Sociologie et épistémologie, op. cit.*, p. 87.

sunt constitutive, dar funcționează ele însele de o manieră autonomă în alte circumstanțe. Dacă ceea ce Weber și Rickert numesc valori, ceea ce Simmel numește „forme", adică acele cadre[5] ale acțiunii sociale, care devin autonome, transcendente prin raportare la actorii care le produc și care le dau viață prin participarea lor, pot funcționa ca majore în silogismele practice, atunci ajungem la formularea unui principiu bine cunoscut sociologiei comprehensive: producția formelor gândirii practice are loc pe aceleași căi ca producția formelor sociale și istorice. Aceasta are loc datorită a ceea ce Simmel numește „conținutul intelectual al reprezentațiilor *a priori*"[6]. Acest conținut, precizează Simmel, pe care putem să-l reprezentăm „sub forma propozițiilor, rezultă el însuși din acțiunea energiilor mentale care transformă datele percepției într-un obiect al cunoașterii"[7]. „*A priori*-ul, concluzionează Simmel, are deci un rol dinamic în formarea reprezentațiilor noastre"[8]. *A priori*-ul sau propoziția majoră sau forma socială și/sau istorică, adăugăm noi. Simmel nu a făcut doar să compare sociologia și geometria; el a făcut, de asemenea, comparația între sociologie și gramatică: „această cercetare – am putea-o numi *sociologie pură* – extrăgea socializarea fenomenelor – în mod inductiv și psihologic din diversitatea conținuturilor și finalităților lor, care nu sunt încă sociale pentru ele însele, în aceeași manieră în care gramatica extrăgea formele pure ale limbajului din conținuturile lor care dau viață formelor"[9]. Recursul nostru la filosofi ai limbajului, în special Wittgenstein și Anscombe, își dovedește astfel legitimitatea. Simmel însuși aprobă această punere în relație. Care este acest rol dinamic pe care îl joacă aprioricul sau forma – în formarea realității? Răspunsul lui Simmel este, poate, principiul însuși al idealismului, „totalizarea unei multitudini de fapte psihice [intenționale] observabile"[10]. Citâm pasajul concluziv[11] *in extenso*: „Se pretinde uneori că nu există deloc martori capabili să povestească în mod exact un eveniment la care au asistat. Este adevărat că toate audierile judiciare și toți martorii oculari confirmă această propoziție. Chiar dacă este animat de cea mai mare bunăvoință, chiar dacă are grijă să țină la adevăr, martorul adaugă verigi lipsă la ceea ce a observat; el completează evenimentul într-un mod care să-i dea semnificația pe care se gândește că ar putea să i-o citească. La fel, un auditor, în funcție de experiența sa și de efectele acestei experiențe asupra imaginației sale, va vedea întotdeauna mai multe lucruri în spiritul interlocutorului său decât i-a spus acesta din urmă. Psihologia percepției face referire la nenumărate cazuri în care subiectul completează în mod inconștient observațiile fragmentare ale obiectelor sau ale mișcărilor, în scopul de a le face conforme cu experiențele

[5] Prin cadru, trebuie să înțelegem în mod egal propozițiile de valoare, cerințele de principiu care sunt valabile pentru un domeniu al activității sociale, de exemplu familia. Noțiunea: „sub o descripție" dă seama de raportul strâns dintre valori și o propoziție de valoare.

[6] *Problèmes...*, *op. cit.*, p. 65.

[7] *Ibidem.*

[8] *Ibidem.*

[9] *Le domaine de la sociologie*, op. cit., p. 101.

[10] *Problèmes...*, p. 66.

[11] *Ibidem.*

sale anterioare. Şi în cazul evenimentelor complexe, demersul este acelaşi: completăm datele pe care le observăm, cu ajutorul esenţial al ipotezelor psihologice, făcând apel la experienţa noastră relativ la continuitatea şi la dezvoltarea vieţii psihice, la corelarea între energiile psihice, sau la dezvoltarea proceselor conduse de intenţii. Aceste ipoteze nu sunt provocate doar de observaţiile exterioare; în plus, în acord cu principiile corespondenţei între interior şi exterior, ele transformă evenimentele exterioare într-o serie neîntreruptă, paralelă proceselor interne.

Faptul că datele externe sunt astfel în mod spontan completate de către observator este una dintre probele cel mai greu de respins ale propoziţiei după care procesele interne nu sunt induse plecând de la faptele observabile, ci sunt «injectate» în acestea pe baza ipotezelor generale".

Regăsim aici o idee dragă lui Husserl şi fenomenologiei[12]: orice act mental face parte dintr-o înlănţuire teleologică. Elementul teleologic nu este în mod necesar metafizic. Simmel vorbeşte de „ipoteze generale", pe care le utilizăm în viaţa cotidiană atunci când anticipăm rezultatele acţiunii noastre, în toate atitudinile „aşteptării". Acest cuvânt-cheie al sociologiei lui Weber reflectă toată teoria inducţiei şi ilustrează logica sa. Ce este „în mod rezonabil" aşteptat de la actorul luat în mod individual în viaţa sa de toate zilele? „Presupoziţiile vieţii cotidiene, se regăsesc în cercetarea istorică"[13]. În acest sens, orice formă sau instituţie este un principiu teleologic, un principiu de situare în formă a faptelor brute: „Socializarea este deci forma cu realizări nenumărate şi diverse, în care indivizii constituie o unitate fondată pe baza acestor interese – materiale sau ideale, pasagere sau durabile, conştiente sau inconştiente, acţionând în calitate de cauze motrice (de exemplu, foamea sau sexualitatea) sau (ca) aspiraţii teleologice (de exemplu, sentimentul religios sau viaţa intelectuală) şi în interiorul căreia aceste interese se realizează"[14]. În acest fel, instituţiile ajung să coordoneze acţiuni reciproce în sânul unui grup social, dând în acelaşi timp *sens* faptelor brute. „A da sens" semnifică aici a „forma" ceea ce este amorf, fără formă. Trebuie să se înţeleagă aici forma ca o propoziţie majoră căreia îi subsumăm faptele brute (propoziţiile minore) pentru a le da sens, a le forma. Simmel scria: „Dar, chiar şi în cazul în care faptele sunt stabilite de maniera cea mai sigură, nu este «faptul brut» cel care determină caracterul comprehensibil al unei consecinţe. Din contră, sunt propoziţiile

[12] *Cf.* Edmund Husserl, *Idées directrices pour une phénoménologie*, tradusă din germană de Paul Ricœur, Gallimard, Paris, 1950, par. 86, *Les problèmes fonctionnels*. Citâm: „în loc să ne cramponăm în analiza şi compararea, în descrierea şi clasificarea ataşate unor trăiri luate în mod izolat, să considerăm trăirile izolate din punct de vedere «teleologic» al funcţiei lor, care este de a face posibilă o «unitate sintetică»", (p. 295). Paul Ricœur însoţeşte acest pasaj de o notă: „fenomenologia este o teleologie, o ştiinţă funcţională, în sensul că subordonează problemele parţiale totalităţii «sensului» constituit şi totalităţii fluxului conştiinţei". (p. 295–296).

[13] *Problèmes...*, p. 67.

[14] *Sociologie*, PUF, Paris, 1999, p. 44 [traducere franceză de Julien Freund, care diferă de cea făcută de Lilyane Deroche-Gurcel şi Sibyle Muller].

psihologice majore, care, acompaniind minora reprezentată prin «faptul brut», fac să apară evenimentul consecutiv al acestui fapt ca posibil şi comprehensibil"[15].

Iată deci rolul capital al propoziţiilor sensului comun, a „descriptorilor" comuni. Trebuie notat că Simmel nu a vorbit de „adevăr", ci de „sens". Să reţinem aici o remarcă a lui Wittgenstein: gramatica filosofică nu vă poate răspunde dacă o propoziţie este adevărată sau falsă; nu vă poate spune decât dacă ea are un sens sau nu. Pentru că ştiinţa socială este *ca* şi gramatica, această remarcă este de asemenea valabilă şi pentru ea. Problema adevărului nu se pune decât la minore. Majora nu poate fi decât ipoteză sau exigenţă, motiv pentru care ea este incontestabilă, cel puţin în timpul operaţiunii logice.

Simmel împrumută de la Kant structura lui „ca şi" (*als ob*) – a **treia sa *Critică*** stabileşte validitatea acestor operaţii care se fondează pe empiric, deci pe efemer şi incertitudine. Trebuie găsit un mijloc de a compensa pierderea pe care a suferit-o abandonând propoziţiile cu validitate generală ale filosofiei în profitul propoziţiilor cu validitate restrânsă, valide pentru un câmp special al cunoaşterii şi limitate în timp. Urmând logica lui Kant, Simmel consideră că viaţa sau societatea nu există în calitate de entitate apriorică, ci cu titlu de ipoteză, exprimată prin condiţionalitatea lui „ca şi". Problema sociologică este ***atunci de a preciza condiţiile sub care o ipoteză se realizează.*** Comportamentul cotidian nu diferă prea mult de această axă de reflecţie. Ştim că maşinile opresc la culoarea roşie a semaforului, dar este mai bine să fim prudenţi la acest lucru atunci când traversăm strada. Simmel rezumă atunci postura sociologului: „În loc să afirme că lucrurile se comportă de o manieră sau alta, este mai bine să spună, legat de vederile cele mai extreme şi mai generale: cunoştinţa noastră (despre lume) trebuie **să opereze ca** şi cum lucrurile s-ar comporta într-un mod sau altul. Facultatea este astfel dată acestei cunoştinţe, în natura sa şi în propriul său drum, pentru a exprima, în mod adecvat, relaţia sa reală la lume"[16]. Acest mod de a privi lucrurile nu se referă doar la latura ştiinţifică, ci, înainte de toate, la agentul în viaţa sa cotidiană. Simmel a demonstrat-o plecând de la sociabilitate. Lumea sociabilităţii, afirma el, este „singura unde o democraţie a egalităţii în drepturi este posibilă fără fricţiuni"[17]. Astfel că explică imediat: „Este vorba de un joc în cursul căruia «se face» că toţi ar fi egali, ca şi cum i-ar onora pe fiecare în mod special"[18]. Această atitudine mentală reflectă un comportament identic cu cel pe care l-am putea descrie prin kantianul „ca şi". Acţiune şi teorie socială se retaie/amestecă în această descripţie, ceea ce face posibilă operaţiunea logică.

Genul de operaţiune care este aici în discuţie este inferenţa logică. Este vorba despre derivarea unei propoziţii, concluzia, plecând de la alte propoziţii, premisele care *implică*[19] concluzia. Implicaţia este o relaţie internă între propoziţii, o relaţie

[15] *Problèmes...*, p. 71.
[16] *Philosophie de l'argent* (1900/1907), PUF, Paris, 1987, p. 96.
[17] *La sociabilité* în *Sociologie et épistémologie*, *op. cit.*, p. 128.
[18] *Ibidem*, p. 129.
[19] Implicarea este o relaţie internă între propoziţii.

„gramaticală" între premise şi concluzii. Pentru a putea infera, vorbim încă despre inferenţele empirice, o propoziţie din alta, după schema: *p; dacă p, atunci q; ergo q*, trebuie ca fundamentele de adevăr ale lui *p* să fie aceleaşi ca cele ale lui *q*. În alţi termeni, trebuie să existe o formă/funcţie F(*p*, *q*) – aceasta este, de altfel, funcţia oricărei forme – de a lega fenomenele între ele. Or, această formă F, a cărei funcţie este de a lega propoziţiile *p* şi *q*, trebuie să fie indusă de *p* şi q, ea ne-existând *a priori*. O astfel de inferenţă este inducţia. „Trebuie să ştim, comentează Russel, că existenţa unui anumit lucru A este semnul existenţei unui alt lucru B, de o manieră simultană sau succesivă, la fel cum tunetul este semnul existenţei anterioare a fulgerului. Fără această ştiinţă, cunoaşterea nu ar putea niciodată să meargă dincolo de sfera experienţei noastre private, adică **dincolo de o cunoaştere limitată**"[20]. Iată motivul pentru care Simmel ne spune că sociologia este, ca ştiinţă generală, *ştiinţa* inductivă. „Sociologia nu este doar o ştiinţă având propriile sale obiecte, distincte, în virtutea diviziunii muncii, de cele ale altor ştiinţe, ci ea a devenit o metodă a ştiinţelor istorice şi a ştiinţelor umane în general."[21] Pentru a exista operaţie logică, trebuie să existe propoziţii majore şi deci, certitudine, cel puţin în timpul operaţiunii. În caz contrar, chiar îndoiala este imposibilă. Funcţionarea majorei este aceeaşi cu ceea ce, în viaţa cotidiană, Weber numeşte „aşteptare", aşteptare rezonabilă, din partea unui actor, a rezultatului acţiunii sale. Putem atunci, urmându-l pe Wittgenstein şi punând în valoare câştigurile sociologiei comprehensive, distinge între două tipuri de inducţie.

După primul, a putea *induce* semnifică a putea *deduce* generalul din parţial: soarele se ridică în fiecare zi, timp de treizeci de ani, *ergo* soarele se trezeşte/ridică în fiecare zi. Este vorba de o extrapolare, în acest caz precis, temporală. Să dăm un alt exemplu: Socrate, Platon, Xenofon sunt morţi, *ergo* orice om este muritor. În acest caz, extrapolarea priveşte genul. Dacă aceste două extrapolări ne par rezonabile, există şi extrapolări care nu sunt aşa: Tom, Bryan, Mary, Jenny, cu toţii prieteni americani de-ai mei, sunt conservatori, *ergo* americanii sunt conservatori. În acest caz, concluzia este falsă. Unde se află eroarea? În toate aceste cazuri am dedus parţialul din general, extrapolând după gen. Eroarea este de tip statistic, ceea ce înseamnă că pentru a putea extrapola asupra unei populaţii date concluziile trase despre o infimă parte din aceasta, trebuiesc respectate regulile cunoscute de statisticieni, numărul, reprezentativitatea şi altele asemenea. Oricum, legitimitatea folosirii aparatului statistic, ca instrument modern al inducţiei, presupune o ipoteză generală: anume, că există raporturi reale între evenimente, raporturi cauzale sau probabilistice.

Wittgenstein a respins, de-a lungul întregii sale vieţi, cele două argumente paradigmatice destinate apărării inducţiei contra scepticismului lui Hume. Primul considera inducţia ca pe o operaţie probabilistică, iar al doilea invoca principiul uniformităţii naturii. În *Tractatus*[22] discursurile asupra inducţiei sunt legate de

[20] Bertrand Russel, *Problèmes de philosophie* (1912), Payot, Paris, 1989, p. 83.

[21] *Le domaine de la sociologie*, *op. cit.*, p. 93.

[22] *Tractatus logico-philosophicus*, Gallimard, Paris, 1961, mai ales paragraful 6. Vezi, de asemenea, Hans-Johann Glock, *Dictionnaire Wittgenstein*, Gallimard NRF, Paris, 2003, *Induction*.

discuția asupra științei. „Inducția este o procedură care constă în adoptarea legii celei mai simple care poate fi pusă în acord cu experiența noastră". Singura sa justificare este psihologică, propoziția după care natura este uniformă este o **„propoziție dotată cu sens"** psihologic și nu are, prin urmare, nici un fundament logic. A transforma această propoziție în principiu logic nu poate să sfârșească decât în construcții tautologice. Mai mult, ca și cauzalitatea, probabilitatea[23] nu consistă într-o legătură reală între evenimente. În plus, ea nu este o constantă logică, ci o relație între propoziții de calcul probabilist. Or, a concilia propozițiile probabiliste *a priori* cu observațiile statistice empirice contingente este iluzoriu. În *Remarques philosophiques*[24], Wittgenstein demonstrează că există o diferență între judecățile de probabilitate *a priori* și observațiile statistice empirice. Tentativele de a reduce raționamentul inductiv la aparatul statistico-probabilistic se sprijină pe această iluzie.

Or, Wittgenstein nu respinge raționamentul inductiv. În ultima sa carte, *Despre certitudine*[25], declară cu insistență că este sigur că soarele se va ridica și mâine, că mâna noastră se va arde dacă o punem pe foc. Această certitudine nu este un caz limită, non empiric, al probabilității, ci face parte din acțiunile cotidiene. Wittgenstein îl întâlnește astfel pe Weber : „activitățile noastre sunt **fasonate prin experiența colectivă a unei comunități legate prin știință și educație**"[26]. Sensul comun oferă o mie de *motive* pentru a duce cât mai **departe fundamentarea** inducțiilor cotidiene, dar a cere o „fundamentare rațională" a acestor inducții este absurd. „Raționamentul inductiv nu este o metodă mai mult sau mai puțin adecvată pentru a prevedea viitorul, el **ne spune (în schimb)** cum să folosim predicțiile raționale"[27]. **O dovadă concludentă nu rezultă din adecvarea între *a priori* și empiric**, ci se găsește în raportul intern dintre propozițiile sensului comun, între „descripții", acest raport fiind, el însuși, o altă propoziție a sensului comun, o altă „descripție". Acest al doilea tip de raționament inductiv este propriu științelor istorice și sociale, adică acelor științe producătoare de „descripții" sau de „forme".

Traducere de *Anca Velicu*

[23] *Tractatus...*, par. 5; de asemenea, *Carnets 1914–1916*, Gallimard, Paris, 1971, paragraful 8–9.

[24] Gallimard, Paris, ch.XXII.

[25] Paragraful 204, 273, 298, 613–619. Vezi de asemenea, *Remarques philosophiques*, paragraful 273–274.

[26] *Dictionnaire Wittgenstein, Induction.*

[27] *Ibidem.*

CONSIDERAȚII GEOGRAFICO-ISTORICE PRIVIND JUDEȚELE ȚĂRII ROMÂNEȘTI

IANCU FILIPESCU

Județele istorice (de la lat. *judicium*; v.sl. *sudsvo*), unități administrativ-teritoriale proprii Țării Românești și apoi României. În Țara Românească – precum și în celelalte provincii istorice, împărțirea teritoriului în unități administrative și stabilirea atribuțiilor dregătorilor în cadrul acestora au reprezentat componente ale constituirii și dezvoltării statului cu „comandă" centrală. „Punctul de reazăm al centralizării la nivel regional au fost curțile domnești, în jurul cărora s-au organizat subdiviziunile administrative ale Țării Românești – județele – și ale Moldovei – *ținuturile*. Din centrele acestor diviziuni s-au exercitat, de către titularii locali ai puterii, căpeteniile județelor și ținuturilor, sarcinile militare, judiciare și fiscale încredințate de domnie" [Papacostea, 1999, p. 146]. Județele sunt, prin urmare, creații domnești. Domnii au urmărit prin înființarea acestora înlăturarea oricărei autonomii politice a cnezatelor. Semnificativă din acest punct de vedere este încorporarea Țării Loviștei în județul Argeș sau a Blahniței în județul Mehedinți. Primele județe apar în zona de munte și colinară, apoi se extind în zonele de câmpie, în teritoriile eliberate de sub dominația tătară. „Domnia, la începutul constituirii ei, nu deținea întreg teritoriul țării, abia cu încetul reușind să cucerească câmpia în părțile tătărești. Procesul social care a putut avea loc în regiunile de munte și podgorie, bază de pornire a formațiunii statale, a fost altul decât în regiunile de câmpie de mai târzie formație" [Stahl, 1980, p. 187]. Județele poartă numele unor ape, precum: Argeșul, Buzăul, Ialomița, Dâmbovița, Gilortul, Jiul de Jos (Dolj), Jiul de Sus (Gorj), Jaleșul, Motrul, Olt, Prahova, Râmnicul Sărat, Teleorman, ale unor orașe: Brăila; denumiri care amintesc de vechea populație românească din zonă: Vlașca, Romanați; sau de forme de relief: județul de Baltă, județul Pădureț, Muscel. Județele nu aveau personalitate juridică, în teritoriul acestora își desfășurau activitatea funcționarii domnești, precum *vorniceii*, *bănișorii*, cu atribuții de ordine și siguranță. De asemenea, ei mișcau țăranii la prestațiile domnești. *Păhărniceii* scoteau oamenii la lucrul viilor și aprovizionau curtea domnească cu vin, *clucerii* asigurau aprovizionarea curții cu grâne. La aceștia se adăugau slujbașii fiscali, care aveau ca sarcină strângerea diverselor dări în natură și în bani: *jitniceri* sau *ilișari*, *birari*, *găletari*, *goștinari*, *mierari* etc.

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 425–447, București, 2004

Domnii însărcinau cu strângerea birurilor boierii, la nivelul județelor. Astfel, într-o poruncă din 1534, prin care Vlad Vintilă întăreşte boierilor din Piscani (Muscel) o serie de sate, care au aparţinut lui Radu de la Spinişor şi fratelui său Vlad, se precizează, că aceştia „le-au pierdut cu rea hiclenie încă de la Vlad voievod cel Tânăr, căci au fost Radu strângător de bir la județul Jiul de Jos, de a fugit cu birul şi haraciul Ţării Româneşti şi al împăratului peste Dunăre, cu 30 000 aspri" [**DIR**, vec. XVI, II, p. 163–164]. Începând cu domnia lui Matei Basarab, conducerea județelor a fost preluată de căpitani [<M. Cantacuzino>, 1863, p. 36] care, la nivelul acestor unități administrative, aveau atribuții militare. Mai târziu, atribuțiile acestora au fost preluate de ispravnici. Astfel, Fr. Schwantz specifica faptul că, înaintea administrației imperiale (1718–1739), Oltenia era cârmuită de un ban care avea „sub el cinci vornici, adică mari ispravnici ai celor cinci județele, pe lângă o mulțime de vornicei, care au fost confirmați prea îndurător" [Schwantz, 1997, p. 58]. Este de presupus că vornicii, ca mari ispravnici, au condus şi celelalte județe ale Ţării Româneşti. În timpul domniilor lui Constantin Mavrocordat, „politica de reforme s-a extins şi în domeniul administrației şi justiției. Pentru a întări controlul domniei şi a elimina jurisdicțiile particulare, Constantin Mavrocordat a pus în fruntea fiecărui *județ* (Ţara Românească) şi *ţinut* (Moldova) câte doi ispravnici cu competențe administrative, fiscale şi judiciare. Pentru a proteja contribuabilii de abuzurile dregătorilor, care se retribuiau pe seama supuşilor, Constantin Mavrocordat a introdus salarizarea dregătorilor" [Constantiniu, 1997, p. 185]. Tot acest domn a introdus la nivelul întregii Ţări Româneşti, ca subdiviziuni administrative ale județelor, *plasele*, la şes şi dealuri, şi *plaiurile*, la munte. În fruntea plaiurilor se aflau *vătafii de plai,* iar în fruntea plaselor *zapciii*. Plasele şi plaiurile purtau numele unor ape: Amaradia de Sus, Amaradia de Jos (jud. Dolj şi Gorj), Argeşelul de Sus, Argeşelul de Jos, Râul Doamnei, Dâmbovița (jud. Muscel), Gilortul de Sus, Gilortul de Jos (jud. Gorj), Gilortul (jud. Dolj), Jilțul de Sus, Jilțul de Jos, Motru (jud. Mehedinți), Argeşul, Vâlsanul, Topologul (jud. Argeş), Mița (plai şi plasă în jud. Dâmbovița), Dâmbovița de Sus, Dâmbovița de Jos, Mostiştea, Ialomița, Sabarul de Sus, Sabarul de Jos (jud. Ilfov). Olteţul de Sus, Olteţul de Jos (jud. Romanați şi Vâlcea); Cerna de Sus, Cerna de Jos (jud. Vâlcea), Oltul de Sus şi Oltul de Jos (jud. Olt, Argeş, Vâlcea), Prahova (jud. Prahova), Milcov, Râmnicul de Sus, Râmnicul de Jos, Râmna (jud. Râmnicul Sărat); Teleormanul de Sus, Teleormanul de Jos (jud. Teleorman), Câlniştea (Vlaşca) etc. Ele mai purtau numele aşezării cele mai importante: Pl. Râmnicului, (Vâlcea), Plasa Oraşului (Ialomița), Pl. Piteştilor (Argeş), Pl. Târgului (Teleorman), Pl. Târşorului (Prahova), Gherghița de Sus, Gherghița de Jos (Ilfov), Pl. Hodivoaiei (Vlaşca). Pl. Lichireşti, Stelnica, Hagieni, Slobozia (jud. Ialomița), Pl. Novaci (Gorj) etc. Județele nu aveau personalitate juridică. Constantin Mavrocordat a introdus, după modelul din Moldova, doi logofeți, unul al Ţării de Sus şi altul al Ţării de Jos. Prin reforma sa administrativă, Alexandru Ipsilanti a creat, în 1775, „tribunale civile în județe, însă rezistența pasivă a ispravnicilor a fost, de bună seamă, mai puternică, de vreme ce, patruzeci de ani mai târziu, se constată că ispravnicii au mai departe controlul asupra proceselor" [Djuvara, 1995, p. 65].

Schimbările administrativ-teritoriale, destul de frecvente, au fost determinate de împrejurările politice (cum este cazul constituirii şi apoi al retrocedării enclavelor turceşti, a raialelor), economice, financiare, militare etc.

Judeţele dispărute. Un prim grup este reprezentat de următoarele judeţe: în Oltenia, Jaleşul, Motrul, Gilortul şi judeţul de Baltă.

Un al doilea grup este reprezentat de judeţul Păduret, care se contopeşte cu judeţul Muscel, în timpul lui Radu Mihnea, şi apoi de judeţul Secuieni, desfiinţat la 1 ianuarie 1845. Mai trebuie amintit judeţul Brăila, atestat documentar la 1481, şi care dispare, după 1540, prin înfiinţarea Raialei Brăilei. El reapare cu acelaşi nume după retrocedarea teritoriului fostei raiale, în urma Tratatului de la Adrianopol (1829).

Judeţul Jaleş este menţionat documentar la 3 octombrie 1385, când Dan I dăruieşte mănăstirii Tismana 400 de găleţi de grâu anual din acesta [**D.R.H.**, I, *doc.7*, p. 7]. El cuprindea satele de pe ambele maluri ale râului Jaleş. Dintre aşezările atestate documentar menţionăm: Ceaur, Bălceşti, Băleşti, Dăbăceşti (Arcani), Leurda, Ploştina, Rasova, Tămăşeşti, Turcineşti, Vereşevo. Judeţul Jaleş dispare după 1444, aşezările sale fiind înglobate în judeţele Gorj şi Mehedinţi. Judeţul *Motru* şi-a luat numele de la apa cu acelaşi nume. El este menţionat documentar la 10 iunie 1415, când Mircea cel Bătrân întăreşte lui Vlad şi altora „satele numite Beala şi Prislop din judeţul Motrului" [**D.R.H.**, I, *doc.38*, p. 81]. Aşezările sale vor trece în viitoarele judeţe Mehedinţi şi Gorj. *Judeţul de Baltă* este atestat documentar la 20 octombrie 1428, când Sigismund, împăratul romanilor şi rege al Ungariei, întăreşte mănăstirilor Vodiţa şi Tismana daniile şi privilegiile anterioare, printre care şi „ în Judeţul de Baltă, la Dunăre, Vadul Cumanilor..." [**D.R.H.**, I, *doc. 62*, p. 120–121]. „Judeţul de Baltă se întindea, la 1444, de-a lungul Dunării, cel puţin de la Blahniţa până la Gura Bistreţului, cuprinzând adică cea mai mare parte din cursul fluviului, aflat mai târziu în judeţul Mehedinţi şi pătrunzând până dincolo de jumătatea vechiului Dolj" [Donat, 1934, p. 12–13]. Judeţul *Gilort* este atestat documentar la 3 mai 1502, când Radu cel Mare dăruieşte mănăstirii Govora „... şi din judeţul Gilortului câte patru burdufe de brânză şi câte şase caşuri şi mertic din casa domnească" [**D.R.H.**, II, *doc. 15*, p. 47]. Ultima menţiune documentară a acestui judeţ este din 3 noiembrie 1516, când Neagoe Basarab întăreşte mănăstirii Cornet daniile lui Stanciu logofăt, printre ele şi Poiana toată din Gilort [**D.R.H.**, II, *doc.146*, p. 286]. El va trece în componenţa judeţului Gorj. Judeţul *Păduret* este atestat documentar la 19 iulie 1498, când Radu cel Mare întăreşte mănăstirii Râncăciov dania făcută de tatăl său, Vlad Călugărul: „Şi iarăşi i-a dat venitul vinăriciului lui David din Cârstiani cât se va cădea domnesc şi găleţile ohabnice din venitul domnesc din grâu şi din orz din judeţul Păduret, satele anume Iacoveşti şi Dobroeşti..." [**D.R.H.**, I, *doc.285*, p. 465]. „Suprafaţa acestui judeţ, cu nume aşa de caracteristic datorită pădurilor întinse ce-l acopereau, se pare că a fost mică, de la dealurile care despart râul Târgului de al Doamnei până în judeţul Argeş" [Giurescu, 1936, p. 846]. La sud-est se învecina şi cu judeţul Vlaşca, după cum rezultă din harta stolnicului C. Cantacuzino (1700) şi din actul domnesc menţionat mai sus: „... şi din judeţul Vlaşca iarăşi din venitul domnesc

de grâu şi orz, anume din satele numite Băneştii şi Dobrineştii şi Vaideeşti şi Găieştii şi Străoştii..." [**DRH**, I, *doc.285*, p. 465]. În primele decenii ale secolului al XVII-lea este menţionat judeţul Muscel şi Pădureţ, ceea ce sugerează faptul că judeţul Pădureţ s-a contopit cu Muscelul.

RAIALELE TURNU, GIURGIU ŞI BRĂILA

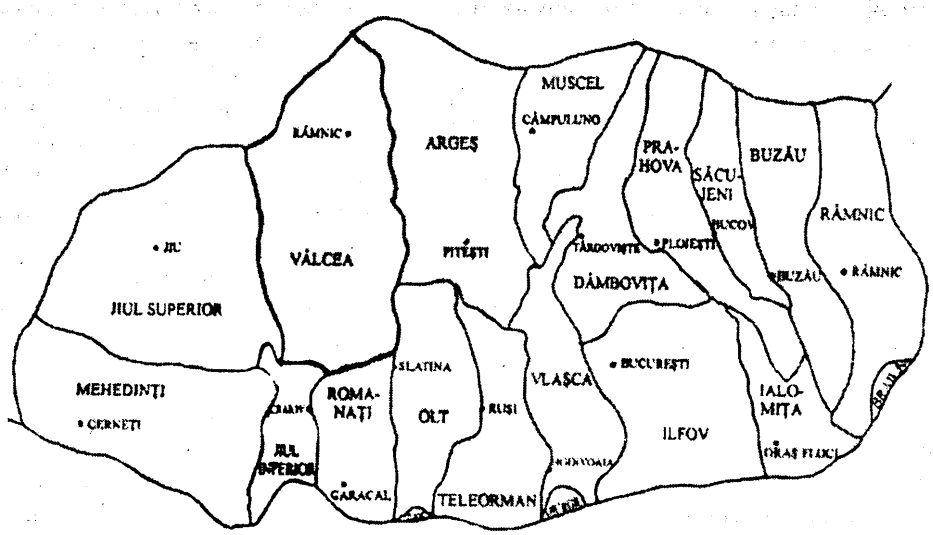
Raialele Turnu şi Giurgiu se constituie după 1419. Raiaua Turnu cuprindea cetatea Turnu: „înăuntrul acestei cetăţi au locuit numai turci. Satele ce s-au stăpânit de turci: Flămânda, Măgurele, Odăile, Ciuperceni, Craba şi Gârla. *1.* Ţinutul *raialei Turnu* era prea mic în comparaţie cu cel al Brăilei şi al Giurgiului. *2.* Nu era îngăduit creştinilor să locuiască în cetate. *3.* Teritoriul cetăţii Turnu servea exclusiv pentru întreţinerea armatei din cetate, pe câtă vreme cel al Brăilei şi al Giurgiului era şi un apanaj al comandantului cetăţii. ... Din hotarul raialei mai făcea parte şi o baltă care se chema Lişteava, iar în timpul stăpânirii turceşti se închiria cu 400 taleri anual" [Popescu, 1939, p. 257–258]. După 1829, aşezările raialei Turnu vor fi înglobate în plasa Marginea, a judeţului Olt.

Hotarul *raialei Giurgiu* „a început de la Paripani, moşia bisericii Radu-Vodă şi Răceni, ce vine în partea de sus a Giurgiului, începând de la malul Dunării, în drept la moşia Hodivoaia, unde s-a pus piatră, de aici drept la movila lui Mihai Viteazul, de acolo în valea drumului Banului ce trece pe la spatele moşiilor Stăneşti, Gurbanu, Onceşti – Şermăneşti până la Ştiubei, aproape de lac; iar de aici drept la Dunăre, la gura apei, ce se zice Comasca, unde s-a pus piatră pe malul Dunării" [*apud* Boldescu, 1900, p. 37]. Această raia, ruptă din judeţul Vlaşca, cuprindea, înainte de 1829, „mai multe sate turceşti numite cioflecuri şi anume: Mustafiţa, Selima, Oinacolu, Nazâru, Gizdarul şi o vie frumoasă, ce se numea Cadam Geana (Sufletul Cadânei), precum şi satele româneşti, Slobozia, Malul, Turbaţi, Pârliţi şi Vaideei" [*apud* Boldescu, 1900, p. 45]. După 1829, aceste sate revin Ţării Româneşti, fiind reincluse în judeţul Vlaşca, respectiv în plasa Marginea.

Raiaua Brăilei se constituie după 1540, cuprinzând oraşul Brăila şi o parte din teritoriul fostului judeţ cu acelaşi nume, menţionat documentar la 1481. Raiaua Brăila cuprindea următoarele sate: Vădeni, Iboulu, Odaia Paşii, Muftiu, Carabăţu, Silistaru, Ciucea, Vărsătura, Iarba Dulce, Cazasu, Căpitanu, Izmicu, Nazâru, Molaua, Baldovineşti, Tâmpul lui Smina, Osmanul, Imiru, Satu Nou, Tufeşti, Pelivanu, Viziru, Ibişu Roşu, Cuptoarăle, Rama, Poşta Rama, Valea Cînepii, Tichileşti, Gropeni, Frumuşica şi Chiţcani.

JUDEŢELE TRADIŢIONALE

Înainte de 1829, în Ţara Românească existau 17 judeţe şi anume, în Muntenia, judeţele: Argeş, Muscel, Dâmboviţa, Prahova, Săcuieni (Saac), Buzău, Râmnicul Sărat (Slam Râmnic), Olt, Teleorman, Vlaşca, Ilfov, Ialomiţa, iar în Oltenia: Mehedinţi, Gorj (Jiul de Sus), Vâlcea, Dolj (Jiul de Jos) şi Romanaţi.



Județele Țării Românești după harta stolnicului Constantin Cantacuzino (1700)

Județul Argeș este atestat documentar în anul 1423, „cu data aceasta s-a găsit un hrisov din partea acestui domn [Dan I] la satul Boișoara din Loviștea, în județul Argeș" [**DRH**, I, *doc. 51,* p.102] și la 1437, când Vlad voievod întărește mai multor boieri sate și părți de sate, printre care și „jumătate din Lănjești, din Arghiș" [**DRH**, I, *doc. 58*, p. 150]. Județul *Argeș* se învecina la vest, peste Olt, cu Vâlcea, spre nord cu Transilvania, spre est cu Muscelul, la sud-est cu Vlașca, iar spre sud cu Județele Olt și Teleorman. Dintre așezările cuprinse în harta stolnicului Cantacuzino, le reținem pe următoarele: Albești, Alimănești, **Argeș**, Bascov, Bârsești, Berindești, Boișoara, Brădet, Brătiani, Brezoaie, Căpățânești, Călinești, Căzănești, Câineni, Cepari, Ciumești, Cocul, Copăceni, Corbeni, Corbi, Cornetu (m-re), Cotmeana (m-re), Cremenari, Dobroiești, Fedeleșoiu, Flămânda (m-re), Flămânzești, Grebleşti, Jiblea, Mălaia, Măgureni, Micești, **Pitești**, Racovița, Rudeni, Sălătruc, Stănsilăvești, Stroiești, Șuici, Tigveni, Titești, Tutana (m-re), Turnu (m-re), Vâlsănești, Voineasa, Zărnești. Principalele ape pe malurile cărora se concentrau cele mai multe așezări sunt Argeșul, Cotmeana, Lotrul, Oltul, Topologul, Vâlsanul. Banul Mihai Cantacuzino (1723–c.1790) descrie acest județ astfel: „Argeșul se întinde din mijlocul țării până în hotarele Transilvaniei, având loc mai mult muntos; are și vii și produce poame și legume de ajuns. Din bucate face mai mult porumb, iar grâu și orz mai puțin. Orașul de căpetenie se numește Pitești și are drum mare numit Câineni, care duce la Sibiu..." [Cantacuzino, 1902, p. 473]. La 1824, județul avea următoarele hotare: „Spre sud hotarul Argeșului trecea pe din jos de satul Prundu și Geamăna, care-i aparțineau, și pe la nord de Smeura, Moșoaia, Mareș, care intrau în județul Teleorman. De la Poiana Lacului, hotarul Argeșului lua direcția sud, pe lângă satele

Lipia şi Săpata, iar în marginea de jos a Săpatei se îndrepta spre vest şi apoi spre nord, pe la răsărit de satele Vlaici, Bărăşti, Vaţa, Gura Boului şi Izvoru, înglobate atunci în Teleorman, astăzi în judeţul Olt. De la nordul satului Izvoru, hotarul apuca spre vest, înglobând în Argeş satele oltene acum, Râjleţul Govorei, Topana, Sâmbureşti, Păroşi, Leleasca, Dobroteasa şi Câmpu Mare, unde atingea râul Olt, apoi lua cursul Oltului în sus până în masivul Coziei, la nord de mănăstirea Turnu. Aici hotarul trecea peste Olt, ţinând linia munţilor de la sud de apa Lotrul, cu direcţia est-vest, îndreptându-se apoi spre nord, pe la vestul satelor Mălaia, Ciungetul şi Voineasa, până la hotarul cu Transilvania. Prin urmare, Argeşul cuprindea întregul plai al Loviştei, adică acea unitate geografică naturală, cuprinsă între munţii Făgăraşului şi ai Sibiului la nord, culmea Căpăţânei la sud şi scăldată la sud, spre centru, de râul Olt, unitate ce apare în documentele secolelor XIII–XIV sub numele de *Terra Loystha* = Ţara Loviştei... La est hotarul este identic cu cel actual, din munte până la sud-est de Piteşti, unde se încheiau limitele judeţului Argeş, căci satele ce constituie astăzi plasa Dâmbovnic, aparţineau judeţului Vlaşca, iar cele ce formează plasele Teleorman şi Cotmeana se numărau în 1824 ca sate ale judeţului Teleorman" [Ionaşcu, 1942, p. V–VI]. Aici se mai află Curtea de Argeş, prima capitală a Ţării Româneşti şi primul sediu al Mitropoliei (1359). La 1829, satele din plasa Găleşeşti (Dâmbovnic) trec în componenţa judeţului Argeş. La 1840, aşezările din plaiul Loviştei situate în dreapta Oltului: Călineşti, Câinenii de Vâlcea, Cornetu (m-re), Brezoi, Mălaia, Proeni, Robeşti, Sărăcineşti, Siliştea, Văratica se găseau în componenţa judeţului Vâlcea. La 1831 situaţia socială a satelor din judeţul Argeş se prezenta în felul următor:

Plasa/ Plaiul	Total sate	Boiereşti	Mănăstireşti	Boiereşti mănăstireşti	Boiereşti moşneneşti	Mănăstireşti moşneneşti	Boiereşti mănăstireşti moşneneşti	Negustoreşti	Moşneneşti
Total	**223**	**48**	**50**	**10**	**21**	**17**	**15**	**1**	**61**
%	*100*	*21,6*	*22,4*	*4,5*	*9,4*	*7,6*	*6,7*	*0,4*	*27,4*
Piteşti	**27**	10	9	1	1	2	4	-	-
Oltul de Sus	**19**	6	6	2	1	-	2	-	2
Oltul de Jos	**23**	10	2	2	3	2	2	-	2
Cremenari	**15**	3	2	1	-	2	1	1	5
Vâlsanului	**16**	2	2	1	5	-	2	-	4
Săpata	**25**	1	9	-	1	1	-	-	13
Găleşeşti	**22**	5	2	-	2	1	1	-	11
Topolog	**23**	5	4	1	5	3	2	-	3
Argeşului	**12**	3	5	-	-	2	1	-	1
Loviştea	**21**	-	-	-	-	2	-	-	19
Arefului	**20**	3	9	2	3	2	-	-	1

Judeţul Muscel este un alt vechi judeţ de munte, învecinat spre vest cu Argeşul, la nord cu Transilvania, la est cu Dâmboviţa, iar la sud-est cu judeţul Vlaşca, până la trecerea satelor din plasa Cobia în Dâmboviţa. În timpul voievodului Radu Mihnea este consemnat noul judeţ Muscel şi Pădureţ. Harta stolnicului Cantacuzino arată aici, aşezări, precum: Aninoasa (m-re), Bădeşti, Berevoieşti, Boteni, Budeşti, Călineşti, **Câmpulung**, Corbi, Domneşti, Dragoslavele, Goleşti, Jupâneşti, Leurdeni, Nămăieşti, Pietroşani, Piscani, Râncăciov, Râuşor, Retevoieşti, Rucăr,

Stăneşti,Vădeni, Vieroş (m-re), Vlădeni... Principalele aşezări se aflau pe malurile Argeşului, Argeşelului, Bratiei, Râului Doamnei şi Râului Târgului. În relatarea lui M. Cantacuzino (1723– c.1790), judeţul este descris astfel: „Pământul acestui judeţ este muntos şi îndeletnicirea de căpetenie a locuitorilor săi stă mai mult în cărăuşie, adică a căra cu chirie mărfuri la Constantinopol, la Adrianopol, în Ţara Nemţească şi la Nijna Novgorod. Are pe alocurea şi vii, iar semănături şi grâne cam puţine. Are asemenea şi cale, pe unde trec cu care în Transilvania, spre Braşov, anume Dragoslavele; are şi un târg numit Câmpulung, unde se face bâlci o dată pe an şi unde veneau de la Viena, de la Lipsca şi de prin alte părţi ale Europei cum şi din Turcia şi se făcea mare desfacere de mărfuri, dar de multele rele ale turcilor s-a închis acest bâlci, de sunt aproape 25 de ani" [Cantacuzino, 1902, p. 472]. La 1829, situaţia socială a satelor se prezenta astfel:

Plasa/ Plaiul	Total sate	Boiereşti	Mănăstireşti	Boiereşti mănăstireşti	Boiereşti moşneneşti	Mănăstireşti moşneneşti	Boiereşti mănăstireşti moşneneşti	Moşneneşti
Total	**131**	**36**	**28**	**11**	**16**	**7**	**7**	**26**
%	***100***	***27,6***	***21,4***	***8,4***	***12,2***	***5,3***	***5,3***	***19,8***
Argeşelul de Sus	**10**	3	-	1	2	-	-	4
Argeşelul de Jos	**15**	6	2	1	-	1	-	5
Râul Doamnei	**22**	7	4	1	7	1	-	2
Dealul		2	1	3	1	1	1	1
Cârcinov	**20**	4	3	2	2	2	3	4
Bratia- Bughea	**23**	3	8	2	2	2	2	4
Dâmboviţa	**17**	7	3	-	2	-	1	4
Nucşoara	**14**	4	7	1	-	-	-	2

Judeţul Dâmboviţa este unul din cele mai vechi din judeţele ale Ţării Româneşti şi îi vine numele de la apa Dâmboviţei. Dintre menţiunile documentare o reţinem pe cea din 1512, când Neagoe Basarab întăreşte lui Calotă mare vornic şi jupaniţei sale Neacşa, fata lui Vlad Călugărul (1481; 1482–1495), daniile lui Vlad Călugărul, printre ele numărându-se şi „Drăgăneştii de lângă Târgovişte, sud. Dâmboviţa" [**DRH**, I, *doc. 102*, p. 204]. Judeţul exista, prin urmare, în timpul domniei lui Vlad Călugărul. Se învecina spre vest cu Muscelul şi Vlaşca, spre nord cu Transilvania, iar spre sud cu Judeţele Prahova şi Ilfov. Prin satele ce vor aparţine, mai târziu, de plasa Cobia (Băneşti, Cobia, Găieşti, Mătăsaru, Străoşti, Vaideeşti etc.), judeţul Vlaşca pătrundea, la dreapta Argeşului, pe teritoriulul judeţului Dâmboviţa. Principalele aşezări se aflau pe malurile Dâmboviţei, Argeşului, Ialomiţei, Cricovului Dulce. Oraşul Târgovişte a fost din 1394 a doua reşedinţă domnească a Ţării Româneşti. Dintre aşezările cuprinse în harta stolnicului Cantacuzino le reţinem pe următoarele: Aninoasa, Băleni, Băneşti, Bărbuleşti, Bărbuleţul, Bezdiad, Bogaţi, Bolentin, Brăneşti, Buciumeni, Bucşani, Bucşani, Cărpenişu, Chisaţi, Corneşti, Coţăieni, Crivina, Cuculeşti, Cucuteni, Davideşti, Dâmbovicioara, Dealul (m-re), Doiceşti, Dragomireşti, Drăgeşti, Drânceşti, Fieni, Floreşti, Găiseni (m-re), Golgota (m-re), Mogoşeşti, Nucet (m-re), Odobeşti, Pârlita, Petroşiţa, Pietrari, Poienari, Potlogi, Racoviţa, Răzvad, Româneşti, Săteni, Secuieni, Şerbăneşti, Şotânga, **Târgovişte**, Ungureni, Văcăreşti,

Văleni, Voineşti. M. Cantacuzino dă următoarea descriere a judeţului: „avea în partea de jos dealuri cu multe vii şi pometuri, iar în cea de sus, cum este în Prahova, păduri pentru cherestele. În acest judeţ este şi Târgovişte, vechiul scaun al domnilor, înaintea Bucureştilor. Are şi o fabrică de sticlă şi o cale spre Transilvania. După 1829, plasa Cobia din judeţul Vlaşca va trece în componenţa acestui judeţ. După Catagrafia de la 1831, situaţia socială a satelor din Dâmboviţa era următoarea:

Plasa/ plaiul	Total sate	Boiereşti	Mănăstireşti	Boiereşti mănăstireşti	Boiereşti moşneneşti	Mănăstireşti moşneneşti	Boiereşti mănăstireşti moşneneşti	Moşneneşti
Total	**227**	**104**	**47**	**24**	**13**	**9**	**8**	**22**
%	***100***	***45,8***	***20,7***	***10,6***	***5,7***	***4,0***	***3,5***	***9,7***
Dealul de Sus	**14**	5	7	1	-	-	-	1
Dealul de Jos	**15**	4	7	3	-	1	-	-
Mijlocul	**14**	6	3	4	1	-	-	-
Cornăţel	**22**	17	2	2	-	-	1	-
Cârcinov	**13**	1	2	-	1	2	1	6
Cobia	**17**	4	2	2	3	2	1	3
Văcăreşti	**24**	7	10	4	-	-	-	3
Bolintin	**31**	24	5	1	1	-	-	
Dâmboviţa	**15**	3	4	2	-	2	1	3
Ialomiţa	**33**	22	5	3	1	-	1	1
Pl. Ialomiţa	**15**	9	-	-	3	1	-	2
Plaiul Dâmboviţa	**14**	2	-	2	3	1	3	3

Judeţul Prahova este atestat documentar la 1487, când Basarab cel Tânăr dăruieşte mănăstirii Snagov găleţi de grâu şi orz din sate ale judeţului Prahova [**DRH**, I, *doc.179*, p. 291]. Se învecina la vest cu judeţul Dâmboviţa, la nord cu Transilvania, la est cu judeţul Secuieni, spre sud cu Ilfovul, iar la sud-est cu judeţul Ialomiţa. Dintre aşezările cuprinse în harta stolnicului Constantintin Cantacuzino amintim: Albeşti, Băneşti, Bereni, Breaza, Brebu, Bucovel, Călineşti, Câmpina (târg), Chisar (m-re), Cioreni, Cocoreştii [Caplii], Cocoreştii [Mislei], Comarnic, Corneşti, Cornu Coslegi, Drăgăneşti, Filipeştii de Basco, Filipeştii de Prahoviţa, Floreşti, Jilava, Lespezi (m-re), Măgureni, *Măneşti,* Mărgineni, Mărgineni (m-re), Mislea (m-re), **Ploieşti**, Prahoviţa, Ruşi, Secăria, Sinaia (m-re), Stăneşti, Tătărani, Târşor (m-re), Teşila, Ungureni, Văleni, Zănoaga. Principalele aşezări se aflau pe văile Prahovei, Teleajenului, Doftanei. Judeţul este descris de banul M. Cantacuzino astfel: „Avea o parte cu munţi şi două cu şes, pe alocurea cu păduri şi pe alocurea cu câmpii netede. Oraş de căpetenie are Ploieştii, unde se face cea mai însemnată vânzare din produsele ţării; mai este şi alt târg numit Filipeştii şi altul cu numele de Câmpina, pe unde este şi schelă care duce în Transilvania şi, deşi nu este drum mare împărătesc, ca să poată umbla care pe el, ci numai cai – fiind în dreptul Braşovului, care este oraş şi cetate a Transilvaniei –ci cu toate acestea drumul acesta lucrează mai mult de cât orice cale. În judeţul acesta sunt vii, se fac foarte multe poame şi legume, cea mai mare câtime de brânză; grâu şi orz se face mai puţin. Tot în cuprinsul acestui ţinut se află şi ocna cea mai însemnată, de unde iese sarea cea mai curată şi se cheamă Telega" [Cantacuzino, 1902, p. 471–472]. După G. Vâlsan, „abia în secolul al XVIII-lea apar pe valea Prahovei Superioare

hanurile, iar la începutul secolului al XIX-lea satele, afară de al Sinaiei (o dată Izvor), care există de la întemeierea mănăstirii" [Vâlsan, 1971, p. 559]. În anul 1845, după desființarea județului Secuieni, o parte din așezările acestuia trec în componența Prahovei. La 1831, situația socială a satelor din județ era următoarea:

Plasa/ plaiul	Total sate	Boierești	Mănăstirești	Boierești mănăstirești	Boierești moșnenești	Mănăstirești moșnenești	Boierești mănăstirești doctori	Doc tori	Doctori mănăstirești boierești	Moșnenești
Total	**146**	**77**	**36**	**13**	**5**	**2**	**1**	**6**	**3**	**3**
%	*100*	*52,7*	*24,7*	*9,0*	*3,4*	*1,4*	*0,7*	*4,1*	*2,0*	*2,0*
Câmpul	**20**	15	1	2	-	-	1	-	1	-
Filipești	**35**	20	10	2	-	-	-	2	1	-
Prahova	**27**	10	10	3	2	1	-	-	-	1
Râfovului	**23**	16	3	2	-	-	-	1	1	-
Târșor	**21**	13	4	2	-	-	-	2	-	-
Telega	**20**	3	8	2	3	1	-	1	-	2

Deși este județ de munte, Prahova face parte din județele în care procesul de aservire al satelor este accentuat. Aici sunt consemnate doar 3 sate moșnenești.

Județul Săcuieni (*Saac*) se învecina la vest și sud-vest cu Prahova, la nord cu Transilvania, iar la est cu județul Buzău. „Numele i se trage de la populația venită din ținutul Secuiesc, din Ardeal, populație amestecată, români și secui. Colonizarea a început, se pare, pe vremea cavalerilor teutoni (1211–1225). Pe aici trecea drumul de pe valea Teleajenului, care asigura legătura de comerț cu Brașovul" [Giurescu, 1936, p. 847]. Dintre așezările cuprinse în harta stolnicului Cantacuzino le reținem pe următoarele: Apostolache, **Bucov**, Cireșul, Drajna, Fundenii Doamnei, Măneciu, Văleni (m-re), Vărbila (m-re), Zeletin. Principalele așezări se aflau pe văile Teleajenului, Cricovului, Bâscei și Siriului. În timpul domniei lui Constantin Mavrocordat, ca urmare a unei noi organizări administrativ-teritoriale, județul Săcuieni capătă un nou vecin, la sud, și anume județul Ialomița. Prin hotărârea domnească cuprinsă în Buletinul Oficial din 22 decembrie 1844, acesta a fost împărțit între județele vecine: Prahova și Buzăul. Mihai Cantacuzino dă următoarea descriere succintă a județului: „se începe asemenea din mijlocul țării și merge până la hotarul Transilvaniei, având o parte câmp și două părți muntoase, unde sunt vii și poame multe și de unde ardelenii cumpără cel mai bun vin. Orașul de căpetenie se numește Văleni, care este și schelă, la un drum mare ce merge în Transilvania; mai este și un alt târg... și o ocnă de sare, anume Slănic" [Cantacuzino, 1902, p. 471]. La 1831, situația socială a satelor din județ era următoarea:

Plasa/ plaiul	Total sate	Boierești	Mănăstirești	Boierești mănăstirești	Boierești moșnenești	Mănăstirești moșnenești	Boierești mănăstirești doctori	Doctor moșnenești	Moșnenești
Total	**244**	**47**	**38**	**20**	**46**	**19**	**25**	**1**	**48**
%	*100*	*19,3*	*15,6*	*8,2*	*18,9*	*7,8*	*10,1*	*0,4*	*19,7*
Câmpul	26	11	7	5	1	1	1	-	-
Tohani	27	7	6	2	3	1	**3**	-	**5**
Cricov	28	5	3	1	7	1	2	1	8
Podgoria	19	7	3	3	1	2	1	-	2
Scăeni	25	4	3	4	2	4	4	-	4
Teleajen	50	9	7	2	14	8	9	-	1
Despre Buzău	69	4	9	3	18	2	5	-	28

Dintr-un total de 244 de sate, 105 (43,1%) sunt sate aservite, 91 (37,2%) mixte şi 48 (19,7%) sate moşneneşti pure. Acestea din urmă se găsesc în număr mare în plaiul Despre Buzău (munte).

Judeţul Buzău apare pentru prima dată atestat documentar în anul 1481, în scrisoarea adresată de Ştefan cel Mare locuitorilor din judeţele Râmnicu-Sărat, Buzău şi Brăila [Bogdan, 1913, *doc. CLXII*, pp. 301–303]. Judeţul *Buzău* se învecina la vest cu Secuienii, la nord cu Transilvania, la est cu judeţul Râmnicu-Sărat, iar la sud cu judeţul Ialomiţa. Dintre localităţile înregistrate în harta stolnicului Cantacuzino (1700) menţionăm: Albeşti, Blestematele (m-re), Bradu (m-re), Budeşti, **Buzău**, Căldăreşti, Căpăţâneşti, Cârlomăneşti, Cernăteşti, Ciorăşti, Cislău, Făurei, Găvăneşti, Larga, Lipia, Lopătari, Lopatna, Manasia (m-re), Măteşti, Păltineni, Pătârlage, Pârscov, Pinu (m-re), Plaiul, Potociani, Ruşeţu, Salcia, Sălcioara, Scurteşti, Stănceşti, Stâlpul, Tăbăreşti, Târcov (m-re), Udaţi, Ungurei, Vrăneşti, Zărneşti. Principalele aşezări se aflau pe malurile Călmăţuiului, Buzăului, Slănicului. „Partea de sus se loveşte cu hotarul Transilvaniei, se începe de la Râmnic şi de la mijlocul ţării şi merge până la zisele hotare, având pe o parte a întinderii sale munţi, iar pe celelalte două câmp. Despre munte sunt pometuri multe şi vii, iar la câmp bucate, adică zaherele; oraşul de căpetenie este Buzău, unde este şi Episcopia" [Cantacuzino, 1902, p. 471-472]. În 1845, primeşte o parte din aşezările fostului judeţ Săcuieni. La 1831, situaţia socială a satelor se prezenta astfel:

Plasa/ Plaiul	Total sate	Boiereşti	Mănăstireşti	Boiereşti mănăstireşti	Boiereşti moşneneşti	Mănăstireşti moşneneşti	Boiereşti mănstireşti moşneneşti	Negustoreşti	Moşneneşti
Total	**149**	**73**	22	**8**	**13**	**6**	**16**	**2**	**9**
%	*100*	*49,0*	*14,8*	*5,4*	*8,7*	*4,0*	*10,7*	*1,3*	*6,1*
Câmpul	37	29	7	1	-	-	-	-	-
Sărăţii	22	12	1	2	2	-	4	-	1
Slănic	26	9	2	3	3	1	7	-	1
De peste Buzău	32	16	7	-	2	1	3	2	1
Pârscov	32	7	5	2	6	4	2	-	6

Judeţul Râmnicul Sărat (Slam-Râmnic) este menţionat pentru prima oară documentar în scrisoarea din anul 1481, prin care Ştefan cel Mare îi înştiinţează pe locuitorii din Judeţele Brăila, Buzău şi Râmnicul Sărat că a luat sub ocrotirea sa pe pretendentul Mircea şi că-l va sprijini să dobândească tronul [Bogdan, 1913, *doc. CLXII*, p. 301–303]. Se învecina la vest cu judeţul Buzău şi cu Transilvania, la nord şi est cu Moldova, la sud-est cu raiaua Brăilei, iar la sud cu judeţul Ialomiţa. După înfiinţarea raialei Brăila (1540), aşezările rămase din fostul judeţ Brăila au trecut în componenţa judeţului Râmnicul Sărat, aşa cum o atestă o serie de documente precum cele din timpul lui Matei Basarab, unde se consemnează judeţul Slam-Râmnic şi Brăila. Dintre aşezările consemnate de stolnicul Cantacuzino le menţionăm pe următoarele: Alboteşti, Băleşti, Bătrâna, Blehani, Boldu, Buceşti, Călimăneşti, Chindii, Chiojdeni, Ciorani, Cioreşti, Chireşti, Codreşti, Costieni, Deduleşti, Deduleşti (m-re), Dragosloveni, Drăgheşti, **Focşanii** [Munteni], Fulfuieşti, Gâlmele, Grădişte, Gurguiaţi, Jiliştea, Lamoteşti, Măceşti, Maxineni, Mândreşti, Negoslav,

Niculele, Obidiți, Olteni, Pânticești, Pâcleni, Pestrițul, Popești, Răduceni, **Râmnic**, Râmniceni, Slimnic, Stanomirești, Topliceni, Tufești. Principalele așezări se aflau pe văile Râmnicului-Sărat, Milcovului, Siretului, Buzăului, Putnei și Râmnei. „*Râmnicul Sărat*: se întinde de la munte și merge până la Dunăre; spre partea de sus se hotărește cu Transilvania, în laturi cu Moldova și în partea de jos cu Brăila; locul din ținutul Brăilei, pe care-l stăpânesc turcii, are o întindere de șase ceasuri în lat și ca de douăsprezece ceasuri în lung. Orașe mai însemnate are Focșanii și Râmnicul; în Transilvania nu are schele, nici în Turcia, ci numai în Moldova și la Brăila. Productul locului, despre partea de sus, stă în vii și roade, iar în partea de jos în semănături, adică zaherele" [Cantacuzino, 1902, p. 468–469]. La 1831 situația socială a satelor din județul Râmnicul Sărat era următoarea:

Plasa/ Plaiul	Total sate	Boierești	Mănăstirești	Boierești mănăstirești	Boierești moșnenești	Mănăstirești moșnenești	Boierești mănăstirești moșnenești	Moșnenești
Total	**205**	**114**	**44**	**12**	**13**	**9**	**5**	**8**
%	*100*	*55,6*	*21,5*	*5,9*	*6,3*	*4,4*	*2,4*	*3,9*
Mijlocul	**16**	13	2	1	-	-	-	-
Râmnicul de Sus	**20**	8	6	-	2	2	-	2
Râmnicul de Jos	**29**	25	3	1	-	-	-	-
Bălții	**24**	18	6	-	-	-	-	-
Măxineni	**18**	10	8	-	-	-	-	-
Belciugata	**13**	10	2	1	-	-	-	-
Grădiștea	**21**	13	7	1	-	-	-	-
Muntele	**22**	6	2	5	3	3	1	2
Râmna	**17**	5	2	1	7	-	2	-
Milcovului	**15**	5	4	1	-	3	2	-
Pl.Râmnic	**10**	1	2	1	1	1	-	4

Din datele de mai sus, rezultă că județul Râmnicu Sărat face parte din categoria județelor unde majoritatea satelor sunt boierești și mănăstirești, satele moșnenești pure fiind în număr mic. El se încadrează în situația tipică a județelor de la șes.

Județul Olt este atestat documentar la 26 aprilie 1500, când Radu cel Mare dăruiește mănăstirii Ostrov „din județul Oltului cinci găleți ohabnice de grâu și de orz cinci găleți" [**DRH**, I, *doc. 306*, p. 491–492]. El se învecina la vest, peste Olt, cu Județele Vâlcea și Romanați, la nord cu județul Argeș, spre est cu Teleormanul, iar la sud cu *raiaua Turnu* și pe o mică porțiune cu Dunărea. Dintre așezările cuprinse în harta stolnicului Cantacuzino le reținem pe următoarele: **Slatina,** Caravaneți, Căzănești, Cârligați, Comanca, Comani, Curtișoara, Ciorâca, Belitori, Bratcov, Buicești, Deleni, Gâlmei, Greci, Grecieni, Ipotești, Izvorul, Poiana, Plăviceni, Segarcea, Șerbănești, Viișoara, la care se adaugă *raiaua Turnu.* Principalele așezări se aflau situate pe malul Oltului, pe cele ale Vedei, Plapcei, Călmățuiului. Banul Mihai Cantacuzino descrie județul astfel: „județul Oltului se întinde până la Dunăre și are mult pământ șes pentru arături; iar partea de la Dunăre este mai puțină, pentru că este Turnul, cetățuia turcească, ca și Giurgiul, dar ca târg ceva mai mic. În lung se hotărăște cu apa Oltului" [Cantacuzino, 1902, p. 470]. La 1824, dar situația este mult mai veche, „județul Olt era lipsit de satele situate în nordul liniei *Izvoru*-Părași-Câmpu Mare, în favoarea județului Argeș.

Satele Izvoru, Gura Boului, Viaţa, Bărştii de Vede şi de Cepturi, Vlaici, Coloneşti, Maldăru, Corbu, Sârbi-Măgura şi Buzeşti, depindeau de Teleorman, în schimb Oltul depăşea spre sud, cu mult hotarele actuale. Începând de la satul Văleni, situat în colţul sud-estic al Oltului actual, hotarul cu Teleormanul trecea pe la răsărit de satele Bratcov, Băcăleşti, Cârligaţi, Băneasa, Putineiu, Segarcea şi la sud de Lisa, oprindu-se în apa Dunării. Oraşul Turnu Măgurele şi cu teritoriul înconjurător alcătuia raiaua Turnului, care a fost desfiinţată şi redată Ţării Româneşti prin pacea încheiată în septembrie 1829, la Adrianopol" [Ionaşcu, 1942, p. VI–VII]. La 20 decembrie 1835, „un grup de negustori şi localnici cer ocârmuirii întemeierea unui oraş nou la Turnu, aducând argumente de ordin economic, comercial şi urbanistic. Dar locuitori ai judeţului, mai ales cei din Slatina, reacţionează negativ, cerând ca judeţul Olt să fie rotunjit, fără a mai avea graniţă cu Dunărea, iar viitorul oraş Turnu să fie reşedinţă a Teleormanului. De asemenea, s-a cerut ca satele din fostele plase Marginea şi Călmăţui să se întrupeze în judeţul Teleormanului. La fel, să treacă de la Argeş în judeţul Olt parte din plasa Oltului, care mai înainte alcătuia plasa Oltului de Jos, precum şi o parte din plasa Cotmenii a judeţului Teleorman. Proiectul a fost înaintat spre aprobare Obşteştii Adunări, Comisia administrativă, la 15 iunie 1838" [Milian, 1941, p. 77–79]. După tratatul de la Adrianopol (1829) situaţia socială a satelor era următoarea:

Plasa	Total sate	Sate foste ale raialei Turnu	Boie reşti	Mănăstireşti	Boiereşti mănăstireşti	Boiereşti moşneneşti	Mănstireşti moşneneşti	Negustoreşti	Moşneneşti
Total	**175**	**3**	**64**	**24**	**14**	**12**	**5**	**2**	**51**
%	***100***	***1,7***	***36,6***	***13,7***	***8,0***	***6,9***	***2,9***	***1,1***	***29,1***
Marginea	**19**	3	11	1	3	-	-	-	1
Mijlocul	**23**	-	13	4	1	5	-	-	-
Plapcea	**25**	-	4	1	-	3	2	1	14
Şerbăneşti	**24**	-	13	1	4	2	-	1	3
Vedea	**30**	-	1	2	-	1	2	-	24
Călmăţui	**12**	-	5	6	1	-	-	-	-
Oltulde Sus	**21**	-	8	4	1	-	-	-	8
Oltulde Jos	**21**	-	9	5	4	1	1	-	1

Satele moşneneşti erau mai numeroase în plasele Vedea şi Plapcea, iar cele boiereşti şi mănăstireşti în plasele Marginea, Mijlocul, Şerbăneşti, Călmăţui, Oltul de Jos şi de Sus.

Judeţul Teleorman este atestat documentar în anul 1451, când Vlad al II-lea întăreşte lui Barbu şi fiilor săi satul Găvăneştii din Teleorman [**DRH**, I, *doc.105*, p. 185]. Se învecina la vest cu judeţul Olt, la nord cu judeţul Argeş, la est cu Vlaşca, iar la sud cu Dunărea. Dintre aşezările consemnate de stolnicul Cantacuzino le menţionăm pe următoarele: Bărbăteşti, Calofireşti, Cerveni, Comişani, Conteşti, Fântânele, Frumoasa, Gabrov, Găuriciu, Găvăneşti, Gureni, Iapa, Ioneşti, Izvor, Judeţ, Lăceni, Lipia, Lisa, Micaleşti, Nenciuleşti, Piscul, Plosca, Pogoneşti, Poienari, Popeşti, Prejava, Putineiu, Puţintei, **Ruşi**, Samara, Scăieşti, Sârbi, Târnava, Tudoria, Tufeni, Ţigăneşti,Văleni, Voivodeşti, Ungureni, Zimnicea. Principalele aşezări se aflau pe malurile Cotmenei, Teleormanului, Teleormănelului, Vedei şi în zona dunăreană. „*Teleorman*: şi acest judeţ se întinde

asemenea din mijlocul țării până la Dunăre; are de capitală Rușii de Vede; schelă pe Dunăre are Zimnicea, în dreptul orașului Sviștov, de cealaltă parte a Dunării. Jumătate din acest județ este păduroasă; produce legume, pometuri, iar partea zisă de jos face bucate sau zaherele" [Cantacuzino, 1902, p. 470]. De vechiul județ Teleorman țineau plasele Cotmeana și Teleormanul de Sus. Prin urmare, el se întindea considerabil în partea de nord spre județul Argeș. În anul 1838 s-a hotărât ca localitățile din plasele Marginea și Călmățui, care au aparținut județului Olt, să treacă în componența Teleormanului, iar capitala județului să se mute de la Roșiorii de Vede la *slobodul oraș Turnu*. La 1831, situația socială a satelor teleormănene era următoarea:

Plasa	Total sate	Boierești	Mănăstirești	Boierești mănăstirești	Boierești moșnenești	Mănăstirești negustorești	Mănstirești moșnenești	Boierești mănăstirești moșnenești	Doctor negustorești	Moșnenești
Total	**187**	**77**	**17**	**13**	**38**	**3**	**5**	**3**	**4**	**27**
%	*100*	*41,2*	*9,1*	*7,0*	*20,3*	*1,6*	*2,7*	*1,6*	*2,1*	*14,4*
Târgul	**24**	10	2	3	7	-	-	-	1	1
Cotmeana	**22**	5	1	1	10	-	1	1	-	3
Vedea	**15**	1	-	-	2		1	-	-	11
Marginea de Sus	**17**	12	3	-	-	-	-	-	2	-
Marginea de Jos	**23**	18	4	-	1	-	-	-		-
Mijlocul de Sus	**16**	8	2	2	2	-	-	-	1	1
Mijlocul de Jos	**14**	5	1	1	2	3	1	1	-	-
Teleormanul de Sus	**19**	2	1	-	5	-	2	-		9
Teleormanul de Mijlociu	**18**	7	-	-	8	-	-	1		2
Teleormanul	**19**	9	3	6	1	-	-	-		-

Județul Vlașca s-a constituit pe teritoriul fostei „țării a Vlașcăi" și este menționat documentar la 19 iulie 1498, când Radu cel Mare întărește m-rii Râncăciov gălețile ohabnice „... și din județul Vlașca iarăși venitul domnesc de grâu și orz, anume din satele numite Băneștii și Dobrineștii și Vaieeștii și Găieștii și Străoștii...". [**DRH**, I, *doc. 265*, p. 465]. Se învecina la vest cu Teleormanul, la nord-vest cu Argeșul, la nord-est cu Muscelul și Dâmbovița (prin județul Vlașca trecea Argeșul, realizând un intrând în teritoriul județului Dâmbovița, cuprinzând sate din viitoarea plasă Cobia: Găiești, Bănești, Cobia, Mătăsaru, Străoști, în vecinătatea jud. Muscel), spre est cu Ilfovul, iar spre sud cu raiaua Giurgiu și cu Dunărea. La 1700, hotarul estic pornea de la Dunăre, lăsând în Ilfov satele Greaca, Prundul, Clătești, Radovanul, apoi râul Argeș constituia hotarul natural cu Ilfovul și cu județul Dâmbovița, apoi trecea în stânga râului Argeș, pătrunzând pe teritoriul Dâmboviței, prin satele plasei Cobiei, care se învecinau și cu Muscelul (Bănești, Străoști, Dobrinești, Găiești, Cobia, Mătăsari, Pătroaia). Dintre așezările cuprinse în harta stolnicului Cantacuzino, mai menționăm: Albele, Brăniștari, Bâțcoveni, Călugăreni, Căminești, Ciocănești, Cobia m-re), Coiani, Comana (m-re), Columbești, Copăceni, Corbi, Gemeni, Grădiștea, Gâlcești, Greci, **Hodivoaia,** Ionești, Izvoarele, Jugureni, Mogoșești, Mătăsari, Nicolești, Odaia, Ogrezeni,

Pătroaia, Petreşti, Popeşti, Roata, Strâmba, Vânători, Veleşti, la care se adaugă *raiaua Giurgiu*. Principalele aşezări se aflau pe malul Argeşului, pe malurile Dâmbovnicului, Glavaciocului, Neajlovului, Călniştei, în zona bălţilor. „Cea mai mare parte a acestui judeţ este îmbrăcată cu pădure şi cel mai însemnat negoţ se face cu lemne de cherestea pentru clădiri, pe care le vinde la Bucureşti şi Giurgiu; se mai face asemenea şi mult porumb şi legume, pe care le desface tot în aceleaşi oraşe. Şi acest judeţ se întinde până la Dunăre, unde are însă mai puţin loc, pentru că, în acest judeţ, Giurgiu este despre partea Dunării şi, pământul Giurgiului fiind lângă Dunăre, se hotăreşte acest judeţ Vlaşca cu pământul Giurgiului" [Cantacuzino, 1902, pp. 469–470]. După Tratatul de la Adrianopol îi revine teritoriul cuprins în fosta raia a Giurgiului, constituindu-se plasa Marginea. În schimb, pierde plasa Cobia, care trece la Dâmboviţa şi plasa Gălăşeşti (Dâmbovnic), care este alipită la judeţul Argeş. „Întinderea teritorială a judeţului Vlaşca era cu mult mai mare decât astăzi (1900– n.n.–I.F.). Multe comune şi chiar plase întregi s-au dat la Judeţele vecine. Plasa Găleşeşti şi parte din plasa Izvorului s-au dat la judeţul Argeş, plasa Cobia cu târgul Găieşti s-a dat la judeţul Dâmboviţa; iar parte din plasa Ogrezenilor, împreună cu comuna Ogrezeni, s-a dat judeţului Ilfov" [Boldescu, 1900, p. 28–29]. La 1831 satele judeţului Vlaşca aveau următoarea situaţie socială:

	Total sate	Stăpânirea	Boiereşti	Mănăstireşti	Boiereşti mănăstireşti	Boiereşti moşneneşti	Mănăstireşti moşneneşti	Boiereşti mănăstireşti moşneneşti	Doctor negustoreşti	Moşneneşti
Total	**193**	**18**	**83**	**40**	**17**	**9**	**1**	5	7	**13**
%	*100*	*9,3*	*43,1*	*20,7*	*8,8*	*4,7*	*0,5*	*2,6*	*3,6*	*6,7*
Plasa	**18**	-	8	1	1	1	-	2	-	5
Greci	**28**	-	14	4	2	3	1	1	-	3
Ogrezeni	**31**	-	15	8	6	1	-	1	-	-
Călnişteа	33	-	16	8	2	1	-	1	3	2
Frăsinet	**18**	-	8	1	4	2	-	-	-	3
Hodivoaia	**17**	-	5	8	-	-	-	-	4	-
Bălţii	**30**	-	17	10	2	1	-	-	-	-
Marginea	**18**	18	-	-	-	-	-	-	-	-

Judeţul Ilfov este menţionat documentar la 1482, când Vlad Călugărul se adresează mănăstirii Snagov „... să aibă a treia parte din vămeşia Ilfovului, în fiecare an, până când va sta mănăstirea; să fie pentru ceară, pentru luminarea sfintei biserici" [**DIR**, *doc.514*, p. 207]. Se învecina la vest cu Vlaşca, spre nord cu Judeţele Dâmboviţa şi Prahova, la vest cu judeţul Ialomiţa, iar la sud, peste Dunăre, cu Bulgaria turcească. La 1700, hotarul pornea de la Dunăre, lăsând, în Ilfov, între Argeşul Inferior şi Dunăre, satele Greaca, Prundul, Radovanul şi Clăteşti. Râul Argeş despărţea în mod tradiţional, pe o mare porţiune, Ilfovul de Vlaşca La Dunăre sunt consemnate aşezările: Oltenita, Ulmeni, Tăteni, Spanţov, Cliuciul, Strâmba. Spre est hotarul trecea cu mult dincolo de valea Mostiştei, lăsând în Ialomiţa satele: Călăraşii Vechi, Lichireşti, Cuneşti iar în Ilfov, satele Cureşti (lg. Cuneştii Ialomiţei), Dralea, Ciocăneşti, Strâmba, Obileşti, Dridu, Stroieşti, Făurei, Raşi. Spre nord, la extremitatea judeţului, se afla, pe râul Prahova, oraşul Gherghiţa, iar în judeţul Prahova satele: Mileşti, Drăgăneşti de la Cricov (lângă

Gherghița), Orbii, Crețenii. Reședința județului se afla la București. Dintre așezările cuprinse în harta stolnicului Cantacuzino le reținem pe următoarele: Afumați, **București**, Buciumeni, Budești, Căldărușani (m-re), Ciocănești, Ciocănești, Ciorogârla, Clătești, Clinceani, Cliuciu, Codreni, Colibași, Cornățel, Cornetul, Coruia, Cosoba, Cotroceni (m-re), Crătunești, Crețulești, Curătești, Dobrești, Dragomirești, Dridu, Dudești, Făurei, Fierăști, Fierăstrăul, Flocoasa, Florești, Frunzănești, Fundeni, Gherghița (oraș), Greaca, Greci, Gruiul, Gruiu, Hierăști, Jugureni, Lipovăț, Malamoc (m-re), Măgurele, Mogoșoaia, Negoiești, Obilești, Oltenița, Piscul, Piteşti, Plătărești (m-re), Plumbuita (m-re), Popești, Popești, Prundul, Radovanu, Sinești, Sintești, Snagov (m-re), Spanțov, Stănești, Strâmba, Stroiești, Tăteni, Ulmeni, Văcărești, Fierăști, Vărăști, Vorniceasa (m-re). Principalele așezări se aflau pe malurile Argeșului, Colentinei, Dâmboviței, Ialomiței, Gălățului, pe valea Mostiștei, Sabarului, în zona lacurilor, precum și la Dunăre. Referitor la acest județ, banul M. Cantacuzino consemna: „*Ilfovul*: în județul acesta este și cetatea de scaun, adică Bucureștii, și se întinde din mijlocul țării până la Dunăre. Partea de sus este păduroasă și produce porumburi și legume multe; mai scoate și cherestea pentru vase și pentru alte trebuințe de clădiri. Iar partea de jos este câmpie, unde se fac bucate ca și în Ialomița. Schelă sau port are la Oltenița, care are în drept, de ceia parte a Dunării, orășelul turcesc numit Turtucaia, mai mic decât Silistra" [Cantacuzino, 1902, p. 469]. Este județul în care domină în mod covârșitor satele boierești și mănăstirești (sunt înregistrate doar două sate moșnenești), după cum rezultă din tabelul de mai jos:

Plasa	Total sate	Boierești	Mănăstirești	Boierești mănăstirești	Boierești moșnenești	Mănăstirești moșnenești	Boierești mănăstirești moșnenești	Negustori	Moșnenești
Total	**375**	**241**	**113**	**16**	**2**	-	-	**1**	**2**
%	*100*	*64,3*	*30,2*	*4,3*	*0,5*	-	-	*0,2*	*0,5*
Sabarul de Sus	**53**	**41**	9	-	2	-	-	-	1
Sabarul de Jos	**35**	**28**	7	-	-	-	-	-	-
Ciocănești	**18**	**4**	13	1	-	-	-	-	-
Snagov	**38**	19	19	-	-	-	-	-	-
Dâmbovița de Sus	**22**	16	6	-	-	-	-	-	-
Dâmbovița de Jos	**33**	**18**	13	2	-	-	-	-	-
Gherghița de Sus	**55**	42	12	-	-	-	-	-	1
Gherghița de Jos	**23**	12	8	**3**	-	-	-	-	-
Mostiștea	**32**	19	8	**4**	-	-	-	1	-
Obilești	**27**	20	6	1	-	-	-	-	-
Negoiești	**21**	16	5	-	-	-	-	-	-
Oltenița	**18**	6	7	5	-	-	-	-	-

Județul Ialomița și-a luat denumirea de la râul Ialomița, făcând parte din cele mai vechi unități administrativ-teritoriale ale Țării Românești. El exista la 1473, când Ștefan cel Mare întărește lui Hanco ceașnic „ ... țiganii lui drepți și proprii, anume Dumbravă și femeia lui, anume Chirana, pe care, acest țigan și <femeia lui>, el le-a dobândit în Țara Basarabiei, când am lovit cu război domnia mea și am ars Flocii și Ialomița" [**DRH**, A, II, *doc. 191*, p. 286]. La sfârșitul secolului al XVII-lea se învecina la vest cu Ilfovul, spre nord-vest cu Prahova, la nord cu Județele Buzău și Râmnicul Sărat, spre sud-est cu Dobrogea, iar spre sud, peste

Dunăre, cu Bulgaria turcească. Harta stolnicului Cantacuzino consemnează următoarele aşezări: Adâncata, Alexeni, Andrăşeşti, Bădeni, Bărcăneşti, Berileşti, Berteşti, Cuieşti, Cocora, Comani, Corneşti, Cuneşti, Doiceşti, Frăţileşti, Ghidiliţi (m-re), Ivăneşti, Lichireşti, Nănişori, Obidiţi, Olăcari, **Oraşul de Floci**, Perieţi, Piscul, Poiana, Sărata, Slobozia (târg şi mănăstire), Socol, Speteni, Stelnica, Uleşti, Uluiţi, Urziceni. Principalele aşezări se aflau pe văile Ialomiţei, Prahovei, Săratei, la Balta Ialomiţei. În judeţul Prahova sunt menţionate satele Jilava şi Ciorani, în judeţul Buzău satele: Ruşeţu, Larga, Albeşti, iar în Râmnicul Sărat satele: Albotești, Gâlmele şi Gurguiaţi. În hotarul judeţului Ilfov apar satele: Malamoc, Stroieşti, Dridu, Ciocăneşti şi Strâmba. În secolul al XVIII-lea, ca urmare a unei noi organizări administrativ-teritoriale, judeţul Ialomiţa capătă un nou vecin, la nord, şi anume judeţul Secuieni, situat între Judeţele Prahova şi Buzău. Banul Mihai Cantacuzino descrie judeţul astfel: „*Ialomiţa* – nu este departe de Râmnic şi se întinde din mijlocul ţării până la Dunăre: are târg care se numeşte *Oraş* şi schelă, cu trecere în Turcia, aflându-se în dreptul cetăţilor de pe marginea Dunării, Hârşovei şi a Silistrei, unde lăcuiesc mulţi turci, – fiind oraş mare; şi numai câmpie, cea mai mare parte din producte, adică zaherele, din care se hrăneşte ţara, se face în judeţul acesta, cum şi cel mai însemnat negoţ cu grânele" [Cantacuzino, 1902, p. 469]. Ca urmare a reformei administrative a lui Alexandru Ipsilanti, judeţul Ialomiţa se învecinează şi cu raiaua Brăilei. Pornind de la Catagrafia de la 1831, putem reconstitui următoarea situaţie socială a satelor judeţului:

Plasa	Total sate	Boiereşti	Mănăstireşti	Boiereşti mănăstireşti	Boiereşti moşneneşti	Mănăstireşti meg	Doctori	Moşneneşti
Total	**155**	**80**	**50**	**11**	**10**	-	**1**	**3**
%	*100*	*51,7*	*32,2*	*7,1*	*6,5*	-	*0,6*	*1,9*
Lichireşti	**18**	4	14	-	-	-	-	-
Stelnica	**22**	6	13	1	1	-	-	1
Hagieni	**13**	3	7	1	-	-	-	2
Oraşului	**20**	11	7	2	-	-	-	-
Slobozia	**25**	15	3	3	4	-	-	-
Gârbovi	**21**	14	5	1	1	-	-	-
Jilava	**10**	10	-	-	-	-	-	-
Dridu	**26**	17	1	3	4	-	1	-

Judeţul Brăila, menţionat la 1481 şi dispărut după 1540, ca urmare a constituirii *raialei Brăilei*, este reînfiinţat după Tratatul de la Adrianopol, când teritorile celor trei raiale (Giurgiu, Brăila şi Turnu) sunt retrocedate principatului muntean. El este constituit din aşezările fostei raiale şi câteva sate din judeţele vecine. La 1831 avea două plase: Vădenii, cu 21 de sate şi Bălţii, cu 18 sate. La acea dată situaţia aşezărilor se prezenta astfel:

Plasa	Total sate	Contraccii Cantorului	Boiereşti	Mănăstireşti	Boiereşti şi Contraccii Cantorului
Total	**39**	**29**	**7**	**1**	**2**
Vădeni	**21**	15	4	1	1
Bălţii	**18**	14	3	-	1

Județul Olteniei. La mijlocul secolului al XVI-lea cele cinci județe tradiționale ale Olteniei, Mehedinți, Gorj, Vâlcea, Dolj și Romanați erau deja constituite.

Județul Mehedinți este din creațiile târzii ale domniei. El este atestat documentar după 13 iunie 1482, când Vlad Călugărul anunță pe brașoveni că pe „vrăjmașul" său, Basarab cel Tânăr, *l-au ucis Mehedinții în satul Glogova* [Tocilescu, 1931, p. 147]. Județul *Mehedinți* se învecina spre vest cu Banatul turcesc și apoi austriac, spre nord cu județul Gorj, spre est avea hotar cu Doljul, iar spre sud, dincolo de Dunăre, cu Bulgaria turcească și Serbia turcească. Anterior constituirii județului Mehedinți, pe teritoriul său se afla Banatul Severinului, cu reședința la orașul și cetatea Severin. „După toate probabilitățile, luarea în stăpânire de către domn a spațiului dunărean a avut în două regiuni un caracter deosebit. Prima din aceste regiuni este cea a cetății Severinului. Moșiile de la vest de cetate, dăruite de Vladislav I și Mircea cel Bătrân mănăstirilor Vodița și Tismana, formau un domeniu unitar, cunoscut în secolele XVIII și XIX sub numele de *Jidoștița* sau *Breșnița*. În vremea lui Mircea cel Bătrân el va fi avut cca. 25 000 ha, mărginindu-se spre răsărit cu moșia care s-a chemat mai târziu *Câmpul Severinului*. Poziția acestor moșii, aflate între Orșova și Severin, prin care trecea *singurul* drum care putea fi utilizat de unguri spre a ajunge la cetate, arată că, atâta vreme cât Severinul a fost unguresc, garnizoana de acolo trebuie să fi stăpânit direct acest teritoriu, atât pentru funcția sa de legătură cu Banatul, cât și pentru nevoile de aprovizionare. În afară de aceasta, Mircea cel Bătrân va face danii și către răsărit de cetate: Tismana primește satul Bistrița, care a avut totdeauna soarta moșiilor acestei mănăstiri dinspre apus, cu care se afla în hotar, iar Cozia va primi sate pe care chiar documentele le numesc *de la Severin*. La un loc, cele două mari domenii mănăstirești încercuiau din toate părțile cetatea, ceea ce ne duce la concluzia că ele au format mai înainte hinterlandul acesteia. După ce Severinul va trece la Țara Românească și va fi lăsat în părăsire, Vladislav I și Mircea cel Bătrân, care aveau și calitatea de bani de Severin, vor dispune de acest teritoriu, care își pierde vechea funcție militară, dăruindu-l celor două mănăstiri" [Donat, 1996, p. 113–114]. Tot pe teritoriul viitorului județ s-au aflat, în parte, Județul de Baltă și Motrul. La 1371, la Severin se înființează cea de a doua Mitropolie a Țării Românești. La Strehaia, va fi cel de-al doilea sediu al Băniei, după Severin, și al Episcopiei, mutată, la 1504, la Râmnicul Vâlcea, sub numele de Episcopia Râmnicului și Noului Severin. Județul a fost condus multă vreme de un ban sau bănișor de Mehedinți. Conform cu harta stolnicului Cantacuzino, județul Mehedinți se învecina la nord cu Gorjul, lăsând în hotarul acestuia satele Ceplea, Cloșani și Padeșul, spre vest se învecina cu Banatul, la sud cu Dunărea, iar spre est cu județul Dolj. De remarcat că el se întindea considerabil spre est, până aproape de Craiovea. În această parte a județului se aflau satele Filiași, Țânțăreni, Rătunda, Spinișorul, Radovanul, Coțofenii, Calafatul, Cumani etc., care vor trece în componența județului Dolj. Stolnicul Constantin Cantacuzino mai menționează în județ următoarele așezări: Baia de Aramă (târg), Batoți, Bărboiu, Bistrița, Burila,

Cerneţi, Ciovârnişani, Cireşul, Corcova, Crivelnic (m- re), Deveselul, Drâncea, Fântâna Domnească, Glogova, Gruia, Izverna, Motru (m-re), Negoieşti, Oreviţa, Presna, Sardiniţa, Strehaia (m-re), Ştiubeile, Tălmăşel, Topolniţa (m-re), Vodiţa (menţ. mănst.). Principalele aşezări se aflau pe malurile Blahniţei, Jilţului, Cernei, Coşuştei, Motrului, Topolniţei, la Dunăre, în subzonele Baia şi Cloşani. Mehedinţii avea „o parte din locul său muntoasă şi două de câmp, unde se fac bucate multe pentru zaherele ca şi în Ialomiţa; partea câmpului se hotăreşte cu Dunărea... În judeţul acesta era şi madem de aramă, care nu mai lucrează acum. Oraşe mai însemnate are Cerneţii şi Baia de Aramă, iar schelă pentru turci la Vidin şi Fetislam" [Cantacuzino, 1902, p. 476]. Luând în considerare datele furnizate de Catagrafia de la 1831, situaţia socială a satelor din judeţ se prezenta astfel:

Plasa/ plaiul	Total sate	Boiereşti	Mănăstireşti	Boiereşti mănăstireşti	Boiereşti moşneneşti	Mănăstireşti moşneneşti	Boiereşti mănăstireşti moşneneşti	Negustoreşti	Moşneneşti
Total	**342**	**114**	**59**	**7**	**34**	**9**	**1**	**1**	**117**
%	*100*	*33,3*	*17,4*	*2,0*	*9,9*	*2,6*	*0,3*	*0,3*	*34,2*
Câmpul de Sus	22	17	-	-	2	-	-	-	3
Câmpul de Jos	24	12	9	1	1	-	-	-	1
Dumbrava de Sus	33	14	6	-	2	1	-	-	10
Dumbrava de Jos	31	17	6	2	-	-	-	-	6
Jilţul de Sus	24	5	2	-	1	1	-	-	15
Jilţul de Jos	14	3	9	-	-	-	-	-	2
Ocolul de Sus	31	11	9	-	1	1	-	-	9
Ocolul de Jos	25	8	1	-	10	1	-	-	5
Blahniţa de Sus	20	6	7	-	-	-	-	1	6
Blahniţa de Jos	22	7	3	4	-	4	-	-	4
Motru	28	9	1	-	4	-	-	-	14
Baia	40	4	2	-	11	1	1	-	21
Cloşani	28	1	4	-	2		-	-	21

Judeţul Gorj (Jiul de Sus) este atestat documentar la 1497, când Radu cel Mare întăreşte mănăstirii Tismana un obroc anual de 300 de vedre de vin din Judeţele Mehedinţi şi Jiul de Sus [**DRH**, I, *doc. 276*, p. 450]. Se învecina spre vest cu Banatul turcesc, spre nord cu Transilvania (Ţara Haţegului), spre est cu judeţul Vâlcea, spre sud cu judeţul Mehedinţi, iar la sud-est cu Doljul. După 1516, în acest judeţ este inclus şi vechiul judeţ Gilort. În documentul din 18 noiembrie 1587 sunt menţionate în partea nordică a Gorjului, spre hotarul cu judeţul Vâlcea, satele: Polovragi, Cernădia, Sătcel, Crasna, Ciocadea, Băleşti, Baia de Fier, Pociovalişte, Hirişeşti, Novaci şi Cărbuneşti [**DIR**, V, *doc. 352*, p. 336–337]. Dintre aşezările menţionate de stolnicul Cantacuzino, menţionăm: Aninoasa, Aniniş, Bălceşti, Bănceşti, Bircii, Borăşti, Bosimegi, Căpreni, Ceplea, Cernădia, Cloşani, Drăgoieni, Gâlceşti, Iaşi, Izvarna, **Jiul,** Logreşti, Novaci, Padeş, Polovragi (m-re), Roşia, Runcu, Samarineşti, Tismana (m-re), Ursaţi, Vădeni. Principalele aşezări se aflau pe văile Amaradiei, Gilortului, Jaleşului, Jiului, Tismanei, Oltetului. Din judeţul Gorj făceau parte şi satele **Padeş, Cloşani şi Ceplea,** trecute mai târziu în judeţul Mehedinţi. „Este între Vâlcea şi Mehedinţi, loc pentru negoţ precum este şi Prahova, având oraş de căpetenie Târgul Jiu, precum şi drum mare de chervanuri

din Transilvania. Vii, pometuri, legume produce de ajuns, iar bucate pentru zaherele mai puţine. În judeţul acesta deschiseră nemţii şi lucru cu fier" [Cantacuzino, 1902, p. 475]. În acest judeţ se remarcă, precum şi în cazul judeţului Mehedinţi, cel mai mare număr de sate moşneneşti, aşa cum rezultă şi din tabelul de mai jos (1831):

Plasa/ plaiul	Total sate	Boiereşti	Mănăstireşti	Boiereşti mănăstireşti	Boiereşti moşneneşti	Mănăstireşti moşneneşti	Boiereşti mănstireşti moşneneşti	Moşneneşti
Total	**258**	**50**	**21**	**2**	**54**	**16**	**2**	**113**
%	*100*	*19,4*	*8,1*	*0,8*	*20,9*	*6,2*	*0,8*	*43,8*
Jiul de Sus	**23**	6	-	-	9	1	-	7
Jiul de Jos	**26**	7	2	-	7	1	-	9
Gilortul de Jos	**28**	4	2	-	4	-	-	18
Gilortul de Sus	**26**	2	-	-	10	3	-	11
Amaradia de Sus	**25**	6	-	-	4	-	-	15
Amaradia de Jos	**28**	5	-	-	4	1	-	18
Tismana de Sus	**22**	7	1	1	3	1	-	9
Tismana de Jos	**16**	6	3	-	4	1	-	2
Pl. Vâlcanului	**37**	3	10	1	4	6	-	13
Pl. Novacilor	**27**	4	3	-	5	2	2	11

Judeţul Vâlcea este atestat documentar în anul 1392, când Mircea cel Bătrân dăruieşte albinăritul călugărilor mănăstirii Cozia: „în judeţul Vâlcea pe fiecare an să-şi adune înşişi călugării albinăritul, să le fie mierea pentru toate nevoile mănăstirii iar ceara pentru biserică" [**DRH**, I, *doc. 17*, p. 44]. Punctul de plecare în reconstituirea vechilor hotare ale judeţului îl constituie harta stolnicului Cantacuzino. Dintre vecinii judeţului *Vâlcea* menţionăm: la vest, judeţul Gorj, la nord şi est judeţul Argeş. Tot la est se învecina cu judeţul Olt. Spre sud avea hotar cu Judeţele Romanaţi şi Dolj. Hărţile stolnicului Cantacuzino şi Köleseri înregistrează ca vecin al judeţului şi Transilvania. În legătură cu apartenenţa văii Lotrului la judeţul Argeş, probabil chiar de la întemeiere, Ion Conea scria: „Am spus că de la cea dintâi preocupare şi împărţire administrativ-centrală, Valea Lotrului – prin poziţia şi orientarea ei – a trebuit să fie înglobată la judeţul de care ţinea Loviştea propriu-zisă. Iar aceasta, situată în lungul drumului celui vechi: Sibiu – Curtea de Argeş, poate cel mai vechi şi însemnat drum al principatului muntean, pe vremea Întemeierii şi îndată după, nu putea să fie decât în acelaşi judeţ cu însăşi capitala principatului, deci în judeţul Argeşului, cel numit astfel, ca şi Capitala, după numele râului principal din regiune. Loviştea n-avea de care alt judeţ să ţie. Hotarul ţinea linia munţilor de la sud de apa Lotrului pe direcţia est-vest, îndreptându-se spre nord, pe la vestul satelor Mălaia, Ciungetu şi Voineasa, până la hotarul cu Transilvania" [Conea, 1935, p. 59–60]. Schwantz (1723) consemnează *Loviştea* ca district, ca şi stolnicul Cantacuzino, şi înregistrează în cadrul acesteia următoarele aşezări: Băiaşi, Boişoara, Brativoeşti, Brezoi, Bumbueşti, Călineşti, Câineni, Clocotici, Cucoiu, m-rea Cornet, Drăgăneşti, Găujani, Grebleşti, Lotru, Mălaia, Mlăceni, Perişani, Proieni, Racoviţa, Sărăcineşti, Spinu, Titeşti, Văratic, Voineasa. Dintre acestea nouă se aflau în dreapta Oltului: *Călineşti, m-rea Cornetu, Brezoiul, Lotru, Mălaia, Proieni, Robeşti, Sărăcineşti şi Voineasa* şi care vor trece definitiv, la 1840, în componenţa judeţului Vâlcea. La 18

noiembrie 1587 sunt menționate în partea nordică a Vâlcei, înspre hotarul cu Gorjul, satele: Râmești, Vaideei, Recea, Negrești, Fometești, Zvânji, Marița, Gotca, Racovița, Oteești, Slătioara, Mateeşti şi Sârbeşti. Se poate afirma că dincolo de unele schimbări de mică amploare, hotarele județului au rămas, în linii generale, neschimbate până în anul 1840. Capitala se afla la Râmnicul Vâlcii, unde la 1504 s-a mutat de la Strehaia sediul Episcopiei Severinului, care avea ca reşedinţă mănăstirea Sfântul Nicolae. Dintre aşezările cuprinse în harta stolnicului Cantacuzino reținem: Arnota (m-re), Bărbăteşti, Bistrița (m-re), Bodeşti, Bujoreni, Cacova, Călimăneşti, Cetățuia (schit), Costeşti, Cozia (m-re), Cuceşti, Dintr-un lemn (m-re), Dobriceni, Găneşti, Govora (m-re), Hurez, Hurez (m-re), Iezer (m-re), Mamu (schit), Mateeşti, Măldăreşti, Milostea, (Ocne – mină mare de sare), Oteşani, Otetelişul, Păuşeşti, Pârâieni, Pojoci, **Râbinc**, Râmeşti, Runcu, Sărăcineşti (schit), Slăviteşti, Stăneşti, Stăneşti, Strejeşti, Şirineasa, Titireciu (schit), Vaideei, Văleni, Vlădeşti, Zătreni. Principalele aşezări se aflau pe Valea Oltului, pe văile Cernei, Bistriței, Oltețului, Luncavățului, Otăsăului, Râmnicului (Olăneşti). Marea densitate a satelor din zona depresiunilor subcarpatice şi a celei colinare este o caracteritică generală a judeţelor de munte. M. Cantauzino descrie acest judeţ astfel: „Se întinde din mijlocul ţării spre Romanați, mergând în munte..., se desparte de judeţul Argeş prin apa Oltului. Are drum la Câineni, care este şi al Argeşului. Parte din acest judeţ este muntos şi parte cu păduri; are şi vii, precum şi pometuri şi legume mai puține; iar bucate, grâu şi orz, mai rar. Oraşul capitală este Râmnicul, unde se află Scaunul Episcopiei. Are asemenea şi ocnă de sare" [Cantacuzino, 1902, p. 475]. La 1831, satele județului aveau următoarea situație socială:

Plasa/ plaiul	Total sate	Boiereşti	Mănăstireşti	Boiereşti mănăstireşti	Boiereşti moşneneşti	Mănăstireşti moşneneşti	Mănăstireşti boiereşti moşneneşti	Moşneneşti
Total	**195**	**22**	**37**	**7**	**18**	**24**	**6**	**81**
%	*100*	*11,3*	*19,0*	*3,6*	*9,3*	*12,3*	*3,0*	*41,5*
Otăsăul de Sus	**10**	-	4	-	-	3	-	3
Otăsăul de Jos	**11**	2	2	2	1	3	-	1
Cerna de Sus	**12**	1	-	-	3	4	-	4
Cerna de Jos	**15**	1	-	-	2	-	2	10
Olteţul de Sus	**20**	2	-	1	-	-	-	17
Olteţul de Jos	**27**	6	1	-	5	4	-	11
Horezul	**31**	1	4	2	2	6	1	15
Cozia	**20**	-	11	-	1	1	-	7
Oltul de Sus	**16**	2	3	1	2	1	1	6
Oltul de Jos	**20**	4	7	-	2	1	-	6
Râmnic	**13**	3	5	1	-	1	2	1

Judeţul Dolj (Jiul de Jos) este menționat documentar în 1525, când Radu de la Afumați dăruieşte lui Dragu spătar, Chebeleţ şi fiilor săi silişti în judeţul Jiul de Jos [**DRH,** III, *doc. C*, p. 474–475]. El exista, mai mult ca sigur la 1497, când este atestat documentar, judeţul Gorj. Judeţul *Dolj* se învecina spre vest cu judeţul Mehedinți, spre nord-vest cu judeţul Gorj, spre nord cu judeţul Vâlcea, spre est cu Romanații, iar la sud teritoriul județului era scăldat de apele Dunării, care forma hotarul cu Bulgaria turcească. Dintre localitățile cuprinse în harta stolnicului Cantacuzino reținem:

Băileşti, Belcin, Bistreţ, Bratovoieşti, Bucovăţ (m-re), Cârna, Comoşteni, **Craiova**, Creţeşti (m-re), Gârleşti, Giorocu, Poiana, Tălpaşu, Floreşti, Jitian (m-re), Lăcusteni, Nedeia, Obedin, Podbanița, Sadova (m-re), Segarcea (m-re), Turburea, Ţugureşti. Principalele aşezări se aflau pe văile Jiului, Amaradiei, Gilortului, la bălţile Dunării. „Se întinde asemenea din mijlocul ţării până în Dunăre şi are în faţa sa, de cealaltă parte a Dunării, două mici aşezări turceşti: Triben şi Palanga. Jumătate din pământul acestui judeţ este păduros, iar cealaltă jumătate câmp şes, producând bucate multe. Scaunul acestui judeţ este Craiova, oraş mare şi scaun al Băniei" [Cantacuzino, 1902, p. 475]. Mai ales din primele decenii ale secolului al XIX-lea, suprafaţa judeţului se extinde, în special, în defavoarea Mehedinţului. La 1831, situaţia socială a satelor din judeţ se prezenta astfel:

Plasa	Total sate	Boiereşti	Mănăstireşti	Boiereşti mănăstireşti	Boiereşti moşneneşti	Mănăstireşti moşneneşti	Boiereşti mănăstireşti moşneneşti	Negustoreşti doctori	Moşneneşti
Total	**259**	**115**	**65**	**4**	**16**	**4**	**1**	**7**	**47**
%	*100*	*44,4*	*25,1*	*1,5*	*6,2*	*1,5*	*0,4*	*2,8*	*18,1*
Câmpul	**35**	14	16	-	-	2	-	-	3
Jiul de Sus	**27**	15	11	-	1	-	-		-
Jiul de Jos	**25**	13	7	-	-	-	-	2	3
Dumbrava de Sus	**18**	8	3	-	-	-	-	1	6
Dumbrava de Jos	**23**	2	9	4	-	-	-	-	8
Balta de Sus	**17**	10	5	-	-	1	-	-	1
Balta de Jos	**12**	4	6	-	-	-	-	2	-
Amaradia de Sus	**38**	17	1	-	8	-	1	-	11
Amaradia de Jos	**43**	25	3	-	4	-	-	2	9
Gilortul	**21**	7	4	-	3	1	-	-	6

Judeţul Romanaţi apare pentru prima dată menţionat în actele domneşti la 1 august 1496, când Radu cel Mare întăreşte mănăstirii Govora un obroc anual din judeţul Romanaţilor [**DRH**, I, *doc. 276*, p. 450]. Conform cu harta stolnicului Cantacuzino, judeţul *Romanaţi* se învecina spre vest cu judeţul Dolj, spre nord cu judeţul Vâlcea, spre est cu judeţul Olt, iar spre sud cu Dunărea. Dintre aşezările cuprinse în harta stolnicului Cantacuzino, le reţinem pe următoarele: **Caracal**, Călui (m-re), Celei, Cepturoaia, Cilieni, Cocorăşti, Criva, Betejani, Brătăşani, Brâncoveni, Brâncoveni (m-re), Dobrosloveni, Fălcoiu, Fărcaş, Hotărani (m-re), Hotărani, Izlaz, Junghiaţi, Pârscoveni, Piatra, Preajba, Scărişoara, Viişoara, Vlădueni. Principalele aşezări se aflau pe văile Olteţului, Tesluiului, Oltului, precum şi la bălţile dunărene. În secolul al XVI-lea, Romanaţii se distinge în cadrul judeţelor de câmpie prin numărul mare de sate moşneneşti, aservite, în cea mai mare parte, de către Mihai Viteazul. Astfel, „izvorul principal la domeniul de boierie al lui Mihai îl formează hrisovul din 6 septembrie 1598, prin care îşi întăreşte sieşi 23 de sate de cumpărătură din Romanaţi: *Fărcaşul, Slăveni, Gostavăţul, Babiciul, Scărişoara, Rusineşti (Rusăneşti),* siliştea *Crăceştii lui Danciul* (lângă *Cilieni*), *Cilieni, Tiha (Tiia), Izbiceni,Plăviceni, Siliştioara, Vişina, Cruşovul, Studina de Jos, Studina Mare, Studinița, Frăsinetul de Jos şi de Sus, Vlădila, Deveselul, Redea şi Comanca ...*" [Donat, 1996, p. 194]. „Se întinde din mijlocul ţării până în Dunăre şi are câmpie, ca şi Ialomiţa; iară pe partea de sus are

şi pământ mai îmbrăcat cu păduri. Scaunul lui se numeşte Caracal; are şi schelă la Dunăre, care este în dreptul oraşului turcesc, de peste Dunăre, numit Rahova. În acest judeţ se face grâu şi orez mai mult". [Cantacuzino, 1902, p. 474–475]. După Catagrafia din 1831, situaţia socială a satelor din acest judeţ se prezenta astfel:

Plasa	Total sate	Boiereşti	Mănăstireşti	Mănăstireşti boiereşti	Boiereşti moşneneşti	Mănăstireşti moşneneşti	Boiereşti mănăstireşti moşneneşti	Negustoreşti	Moşneneşti
Total	**175**	**87**	**32**	**11**	**6**	**6**	**6**	**3**	**24**
%	*100*	*49,7*	*18,4*	*6,3*	*3,4*	*3,4*	*3,4*	*1,7*	*13,7*
Balta de Sus	**10**	5	5	-	-	-	-	-	-
Balta de Jos	**16**	11	5	-	-	-	-	-	-
Oltul de Sus	**16**	10	2	2	-	-	-	1	1
Oltul de Jos	**25**	17	5	1	-	2	-		-
Olteţul de Sus	**30**	10	7	2	2	1	4	-	4
Olteţul de Jos	**20**	14	-	3	2	-	-	-	1
Tesluiului	**25**	11	1	3	2	1	1	1	5
Câmpul	**17**	4	-	-	-	1	-	1	11
Mijlocul	**16**	5	7	-	-	1	1		2

Este de remarcat că plasele Bălţii cuprind vechi sate aservite, boiereşti şi mănăstireşti. Ele au un caracter străvechi, aparţinând în cea mai mare parte boierilor Craioveşti. Dintre aceste sate ei au făcut o serie de danii mănăstirii Bistriţa. Satele moşneneşti au supravieţuit mai ales în plasa Câmpului.

Reconstituirea vechilor judeţe are relevanţă atât pentru istoria noastră socială, cât şi pentru individualizarea unor vechi zone etnofolclorice. Spre exemplu, I. Donat, utilizând o bogată informaţie istorică, etnografică şi statistică, prelucrată la nivelul judeţelor istorice, distinge în Ţara Românească două mari regiuni sociale cu caracter străvechi, *regiunea satelor moşneneşti*, caracteristică mai ales părţilor de munte şi deal, şi regiunea *satelor aservite*, întâlnită precumpănitor în câmpie. „Această regiune (moşnenească *n.n.*, I.F.), sprijinită la nord şi vest, pe arcul Carpaţilor, se poate delimita, către restul ţării, printr-o linie care ar porni aproximativ din dreptul marelui cot al Dunării, mai jos de Severin, şi ar merge către răsărit, pe la nord de Craiova şi Slatina, până dincolo de plăşile nordice ale Judeţelor Teleorman şi Vlaşca, iar de aici s-ar abate spre munţi, de-a lungul teritoriului estic al judeţului Muscel" [Donat, 1943, p. 307]. La aceasta se poate adăuga şi zona subcarpatică a Buzăului. Cultura populară tradiţională s-a păstrat tocmai în regiunea satelor moşeneneşti, cum ar fi cele din partea de miazănoapte a Olteniei: „Comoara cea mai de seamă a simţirii româneşti se găseşte în văile ascunse ale râurilor de munte, care, oricât de mici ne-ar părea, formau odinioară singure câte o ţară sau un judeţ, ca cel al Motrului, al Jaleşului sau Gilortului, despre care vorbesc documentele. Atât de puternic a fost simţul şi tradiţia în aceste văi, încât deosebirile apar de la una la alta" [Donat, 1939, p.168].

BIBLIOGRAFIE

1. BOGDAN, I., *Documentele lui Ştefan cel Mare*, vol. I, Bucureşti, 1913.
2. BOLDESCU, I., *Studiu istoric şi economic al judeţului Vlaşca*, Giurgiu, 1903.
3. <CANTACUZINO, MIHAI>, *Genealogia Cantacuzinilor*, publicată şi adnotată de Nicolae Iorga, Bucureşti, Editura Minerva, 1902.
4. < CANTACUZINO M.>, *Istoria politică şi geografică a Ţării Româneşti*... (trad. de G. Ion). Bucureşti, 1863.
5. CĂRĂBIŞ, V., *Sate de moşneni de pe Valea Jaleşului*, Craiova, Editura Scrisul Românesc, 1976.
6. CONEA, I., *Ţara Loviştei. Geografie istorică*. Bucureşti, Imprimeria Naţională, 1935.
7. CONSTANTINIU, F., *O istorie sinceră a poporului român*, Bucureşti, Editura Univers Enciclopedic, 1997.
8. DJUVARA, N., *Între Orient şi Occident*, Bucureşti, Editura Humanitas, 1995.
9. *Documenta Romaniae Historica, A, Moldova; B, Ţara Românească*, Bucureşti, Editura Academiei.
10. *Documente privind Istoria României, B, Ţara Românească*, Bucureşti, Editura Academiei.
11. DONAT, I., *Judeţul de Baltă*, în *Trei observaţii cu privire la istoria Olteniei*, Craiova, 1934.
12. DONAT, I., *Cultura populară în Oltenia*, în „Sociologie Românească", nr. 4–6, Bucureşti, 1939.
13. *Date principale din istoria Olteniei până la 1600*, în *Oltenia*, Craiova, Editura Ramuri, 1943.
14. DONAT, I., *Regiuni sociale şi arii de cultură*, în „Ramuri", nr. 1, Craiova, 1947.
15. DONAT, I., *Domeniul domnesc în Ţara Românească (sec. XVI–XVI)*, Bucureşti, Editura Enciclopedică, 1996.
16. DONAT, I., PĂTROIU, I. şi CIOBOTEA, D., *Catagrafia Obştească a Ţării Româneşti din 1831*, Craiova, Editura Helios, 1999.
17. FILITTI IOAN, C., *Despre vechea organizare administrativă a Principatelor Române*, Bucureşti, 1935.
18. GIURESCU, C., C., *Judeţele dispărute din Ţara Românească*, în „Arhiva pentru Ştiinţa şi Reforma Socială", II, Bucureşti, 1936.
19. GIURESCU, C., C., *Harta stolnicului Cantacuzino*, în „Revista Istorică Română", XIII, Bucureşti.
20. IONAŞCU, I., *Catagrafia Epargiei Argeşului la 1824*, Bucureşti, 1942.
21. MILIAN, ANETA, C., *Monografia oraşului Turnu Măgurele*, Turnu Măgurele, 1942.
22. PAPACOSTEA Ş., *Geneza statului în Evul Mediu românesc*, Bucureşti, Editura Corint, 1999.
23. POPESCU, M., *Raiaua Turnului. Venituri şi cheltuieli*, în „Revista Arhivelor", III/ 2, 1939.
24. SCHWANTZ, F., *Descrierea Olteniei*, în *Călători străini*..., vol. IX, Bucureşti, Editura Academiei Române, 1997.
25. STAHL, H., H., *Teorii şi ipoteze privind sociologia orânduirii tributale*, Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1980.
26. TOCILESCU, G., C., *534 documente istorice slavo-române din Ţara Românească şi Moldova, privitoare la legăturile cu Ardealul. 1346–1603*. Bucureşti, 1931.
27. VÂLSAN, G., *Opere alese*. Bucureşti, Editura Ştiinţifică, 1971.

UN NOU MODEL ÎN PRAGMATICA TRANSCULTURALĂ

ELENA ŞTEFANIA NEGREA

Comentarea câtorva note de lectură ale lucrării *Cross-Cultural Pragmatics. The Semantic of Human Interaction,* Berlin, Mouton de Gruyter, 1991, oferă un bun prilej de a accentua perspectivele sociologice ale unei metode de analiză a semnificaţiilor, în cadrul unui model bazat pe metalimbajul semantic natural (*Natural Semantic Metalanguage*).

Personalitate binecunoscută în cercurile de specialitate, Anna Wierzbicka, autoarea acestei cărţi, este profesor la Universitatea Naţională Australiană din Canberra. Începându-şi parcursul academic la Universitatea din Varşovia, a urmat studii postdoctorale la Moscova şi în Statele Unite, la prestigiosul Massachusetts Institute of Technology (MIT). De-a lungul carierei sale, cercetătoarea avea să dezvolte o abordare lingvistică fundamental diferită[1] de aceea a lui Noam Chomsky, profesor eminent la MIT.

Cartea *Cross-Cultural Pragmatics. The Semantic of Human Interaction,* apărută în 1991, reprezintă încununarea unor cercetări de peste 30 de ani; efort care are un obiectiv central bine definit: identificarea conceptelor umane universale, care, susţine Wierzbicka, stau la baza înţelesului în orice limbaj. Lucrarea la care ne referim prezintă argumente consistente şi numeroase în favoarea tezei autoarei, potrivit căreia semnificaţii complexe pot fi descrise şi analizate din punct de vedere semantic şi pragmatic în termeni mai simpli. În continuare, pentru a arăta/afirma semnificaţia unui cuvânt complex din punct de vedere semantic, ar trebui să construim o parafrază alcătuită din cuvinte mai simple şi mai uşor de înţeles decât cuvântul iniţial. Avantajul acestei soluţii constă în faptul că se evită definiţiile circulare şi obscure (vizibile, spre exemplu, în cazul dicţionarelor convenţionale). Această metodă de descriere semantică se numeşte parafrază reductivă (*reductive paraphrase*). În continuare, pornind de la această metodă de analiză a semnificaţiilor, se poate afirma că fiecare limbaj conţine un „nucleu semantic" care nu poate fi redus, după metoda descrisă mai sus, şi care deţine un lexicon de expresii nedefinibile – numite „elemente semantice primare" sau „elemente lexicale primare" (*semantic primes*) – şi o gramatică (principii după care se pot combina elementele lexicale). Elementele semantice primare şi regulile lor de

[1]În cartea pe care o vom prezenta, autoarea punctează, fără să intre în detaliu, unele dintre motivele eşecului semanticii generative.

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 449–454, Bucureşti, 2004

combinare formează un fel de „mini-limbaj", care are aceeaşi putere expresivă ca un limbaj natural complex. Acestea sunt, pe scurt, principiile care stau la baza noii abordări lingvistice dezvoltate şi susţinute, prin cercetările sale, de Anna Wierzbicka şi numită *metalimbajul semantic natural.*

Modelul MSN[2] a cunoscut schimbări majore faţă de forma sa iniţială, a anilor 1970. Dacă în cartea sa, *Semantic Primitives*, apărută în 1972, Wierzbicka identifica numai 14 astfel de elemente, în 2002, ca urmare a rezultatelor deosebite obţinute în urma cercetărilor întreprinse între anii 1980 şi 1990, numărul acestora depăşea 60.

Iată câteva exemple de elemente semantice primare, aşa cum sunt ele descrise de lingvista poloneză[3]:

– Substantive: *I, you, someone, people, something/thing;*
– Determinanţi: this, other;
– Cuantificatori: one, two, some, all, many;
– Predicate mentale: think, know, want, feel, see, hear;
– Concepte „logice": not, maybe, can, because, if.

Iată un exemplu de analiză a înţelesului unui act de comunicare, utilizând aceste elemente şi, prin urmare, metalimbajul semantic natural.

Modelul descris mai sus constituie instrumentul central al analizei pe care Wierzbicka o va aplica asupra unor acte de comunicare/acte de limbaj, asupra unor caracteristici conversaţionale sau asupra unor elemente lingvistice (interjecţiile, spre exemplu) din engleză, poloneză, japoneză, idiş, ebraică, tailandeză, italiană, coreeană şi chiar din walmatjari (o limbă a aborigenilor australieni). În nouă dintre cele unsprezece capitole ale cărţii (primul şi ultimul capitol sunt rezervate introducerii, respectiv concluziilor), Wierzbicka demonstrează, prin exemple abundente, dar atent selecţionate, validitatea modelului ca instrument al analizei lingvistice (pragmatice şi semantice) transculturale. Este un instrument care îi permite să releve aspecte lingvistice neadecvat descrise, consideră ea, de către alţi cercetători. Spre exemplu, autoarea respinge poziţiile ceva mai rigide ale teoreticienilor (Bach, Harnish, Leech) care s-au preocupat de clasificarea enunţurilor în funcţie de „forţele ilocuţionare" pe care le au. Astfel, ea a reabilitat enunţuri considerate de aceştia drept „negramaticale", ca urmare a faptului că nu puteau fi explicate în termenii unei sintaxe autonome (non-ilocuţionare). Este cazul enunţurilor specifice limbii engleze, numite „whimperatives", respectiv, „queclaratives"[4] (acestea sunt tratate, pe larg, în capitolul al 6-lea al cărţii, numit *The Semantics of Illocutionary Forces*).

[2] În engleză, *natural semantic metalanguage* (NSM).

[3] Am ales să enumerăm elementele respective în limba engleză, limba în care le descrie şi autoarea, în cartea *Cross-Cultural Pragmatics*. Aceste elemente semantice primare au, susţine Wierzbicka, acelaşi înţeles în orice alt limbaj, motiv pentru care este indicat să descriem şi să analizăm actele de comunicare din limbaje diferite utilizând acest model. Menţionăm că modelul cuprinde mai multe elemente (după cum am arătat, s-a ajuns la cifra 60 în ceea ce priveşte inventarul elementelor semantice primare, lista fiind deschisă), însă nu ne-am propus să realizăm o enumerare exhaustivă a lor.

[4] Este cazul enunţurilor de tipul: *Can I open the window?, Why don't you be quiet?, Frankly, you are boring me* etc.

Ce înseamnă transcultural, în această viziune? Wierzbicka își propune să descopere o modalitate de a analiza interacțiunile umane, ale diferitelor culturi, cu ajutorul unor instrumente independente de specificul oricărui limbaj. Limbajul, arată ea, este nu numai un instrument de comunicare, ci mai ales „un instrument al interacțiunii umane" (p. 453). Culturi diferite folosesc acte de comunicare / acte de limbaj diferite, iar acestea reflectă moduri diferite de interacțiune. „Pentru a înțelege interacțiunea umană trebuie să înțelegem semnificațiile[5] *interacționale* exprimate în vorbire și trebuie să avem instrumente analitice potrivite pentru a identifica și a descrie asemenea înțelesuri" (p. 5). Pentru a putea descrie cât mai adecvat actele de limbaj efectuate de utilizatorii unui anumit limbaj, trebuie să avem un model de analiză universal valabil, care să poată fi aplicat, în aceeași măsură, oricărui limbaj natural. Identificarea elementelor semantice primare reprezintă un pas important în dezvoltarea acestui model, care nu este tributar, în nici un fel, vreunui limbaj cunoscut (în nici un caz, susține lingvista, modelul nu este în vreun fel alterat de influențe specifice limbii engleze). Ceea ce vizează ea este să determine și să descrie, cât mai precis cu putință, modelul metalimbajului semantic natural (care, în esență, este un limbaj tehnic, artificial) și, astfel, să obțină tehnica prin care să se poată analiza orice tip de comunicare, orice tip de act de limbaj dintr-o limbă oarecare, dintre două sau mai multe limbi. În aceasta constă transculturalitatea, în posibilitatea de a analiza același act de limbaj/act de comunicare prin prisma unor limbi și culturi diferite, fără să existe suspiciunea că metodologia utilizată este cumva bazată pe caracteristici specifice uneia sau alteia dintre culturi.

De ce o pragmatică transculturală? Pragmatica este studiul semnelor și al celor care le utilizează, studiul semnelor și al contextului în care acestea sunt folosite, studiul semnelor și al înțelesului acestora. Pentru Wierzbicka, pragmatica este și studiul interacțiunii umane, este studiul „interacțiunii lingvistice dintre *eu* și *tu* (p. 5). O pragmatică transculturală presupune utilizarea unor scheme și a unor concepte independente de orice cultură, pentru a evidenția diferențele dintre modurile de a vorbi, de a se exprima asociate unor limbaje diferite. Aceste diferențe pot fi explicate în termeni care reflectă diferențe în a stabili, în mod independent, tradiții, valori și priorități culturale. „Progresul în pragmatica transculturală a fost împiedicat de utilizarea unor instrumente conceptuale inadecvate: în particular, de utilizarea unor etichete globale, neanalizate, neclare și foarte schimbătoare precum *francheță, distanță, intimitate, solidaritate, armonie, informalitate* și altele care au condus la concluzii paradoxale și contradictorii." (p. 21). Cercetătoarea propune o metodă de

[5] Prin „semnificație" (*meaning*), considerăm că autoarea are în vedere, mai degrabă, *semnificația non-naturală*, așa cum a fost ea descrisă de Grice. Totuși, cu precădere în ultimul capitol al cărții sale, dedicat analizei tautologiilor în diferite culturi, Wierzbicka aduce unele critici teoriei implicației conversaționale, aducând la lumină limitele ei în ceea ce privește pretențiile de teorie (universală) a semnificației. „Nu sunt împotriva validității sau importanței *maximelor pragmatice* independente din punct de vedere cultural, precum cele postulate de Grice. Sunt doar împotriva utilității (*use*) cu care aceste maxime au fost încărcate în literatura actuală despre pragmatica lingvistică și, în particular, împotriva încercărilor de a explica utilizarea «construcțiilor tautologice» englezești în termeni de principii pragmatice universale, așa cum «pragmaticienii radicali» încercă să o facă." (p. 392).

analiză în care „stiluri comunicaționale diferite pot fi în mod clar descrise în termeni de *scripturi culturale*[6] (*cultural scripts*) scrise în metalimbajul unor elemente semantice primare universale" (p. 21).

Capitolul al 3-lea, *Cross-Cultural Pragmatics and Different Cultural Values*, oferă o imagine detaliată a unor astfel de determinanți culturali, cu exemple din japoneză, engleza americană a negrilor, idiş şi ebraică. Țelul la care aspiră lingvista poloneză este de a elimina orice tip de subiectivitate din analiza pragmatică a comunicării umane. Modelul MSN constituie un cadru analitic independent de orice specific cultural, care face posibilă – prin aplicarea lui în analiza înțelesurilor exprimate prin enunțuri sau în analiza actelor de limbaj efectuate – eliberarea de sub orice suspiciune, de orice înclinație culturală. Deşi recunoaşte că nu ne putem plasa, ca ființe umane, în afara oricărei culturi, Wierzbicka subliniază că putem adopta un punct de vedere universal şi independent în raport cu orice cultură. Acest lucru ne va permite să renunțăm la a studia alte culturi descriindu-le prin prisma propriei noastre culturi şi, prin urmare, distorsionându-le. În cartea *Cross-Cultural Pragmatics*, identificarea elementelor semantice primare, caracteristice oricărei culturi şi limbajului său, constituie principiul care stă la baza construirii modelului MSN. Acesta îi permite autoarei să investigheze modul în care tipuri variate de înțelesuri – care implică interacțiunea între vorbitor şi interlocutor – pot fi transmise nu doar într-un singur limbaj, ci în limbaje diferite.

Să luăm un exemplu de analiză semantică a înțelesului pe care un act de limbaj îl poate avea în culturi diferite, analiză realizată cu ajutorul MSN. În capitolul al 5-lea, *Speech Acts and Speech Genres Across Languages and Cultures*, Wierzbicka analizează verbul care descrie actul de limbaj (*speech act verb*) *to thank* şi corespondentul acestuia în japoneză, *kansha suru* (este interesant de observat că în limba japoneză nu există un echivalent al verbului *to thank* din engleză. Cel mai apropiat cuvânt care există este *kansha suru*, care este de origine chineză). Prin „traducerea" cuvântului englezesc *to thank* şi a cuvântului japonez *kansha suru* în metalimbajul elementelor semantice primare universale, vom putea observa diferențele şi asemănările dintre acestea care, altfel, ar fi inaccesibile unei analize riguroase.

Thanks

a. Ştiu: ai făcut ceva bun pentru mine.

b. Simt ceva bun pentru tine datorită acestui lucru.

c. Spun aceasta deoarece vreau ca tu să simți ceva bun.

[6] Într-un articol publicat în 1998 în Sage Collections şi intitulat *German „cultural scripts": public signs as a key to social attitudes and cultural values*, Wierzbicka arăta că scripturile culturale reprezintă moduri de vorbire caracteristice unei comunități lingvistice date şi sunt manifestarea unui sistem tacit de reguli culturale. Pentru a înțelege modurile de vorbire ale unei societăți, trebuie să identificăm şi să utilizăm scripturile culturale implicite. Însă, pentru a face aceasta fără a fi acuzați de vreo discriminare de natură etnocentrică, avem nevoie de o perspectivă universală, independentă de orice limbaj. Acest lucru poate fi obținut dacă regulile respective sunt exprimate în termenii unor concepte umane universale care au fost lexicalizate în oricare dintre limbile naturale ale lumii.

Kansha suru

a. Ştiu: ai făcut ceva bun pentru mine.

b. Spun: simt ceva bun pentru tine datorită acestui lucru.

b'. Ştiu: nu aş putea face ceva bun ca acesta pentru tine.

b''. Simt ceva rău din cauza asta.

c. Spun aceasta pentru că cred că ar trebui să o spun.

„Componentele ***a*** şi ***b*** ale acestor explicaţii[7] sunt aceleaşi; însă «scopul ilocuţionar» ***c*** este diferit pentru fiecare dintre cazuri. Să remarcăm astfel cum expresia din japoneză *accentuează sentimentul obligaţiei din partea vorbitorului.* Semnificaţia (*meaning*) în japoneză conţine în mod necesar o relaţie asimetrică (componenta ***b'***) şi un sentiment al „datoriei ireparabile", care leagă sentimentul de cvasimulţumire cu ceva asemănător sentimentului de vină (componenta ***b"***)" (p. 158).

Cu siguranţă, cititorul va parcurge cu deosebit interes şi curiozitate exemplele şi comentariile expuse în carte. Nu ne-am propus aici să prezentăm, în maniera clasică proprie unei recenzii, fiecare capitol al cărţii. Scopul nostru este acela de a face cunoscut, într-un mod succint deocamdată, instrumentul pe care abordarea lingvistică dezvoltată de autoare îl propune, ca alternativă la modalităţile clasice, riguroase, de cercetare a acestor aspecte ale comunicării lingvistice.

O altă demonstraţie, deosebit de interesantă, a aplicabilităţii şi eficienţei modelului MSN îl reprezintă studiul pe care Anna Wierzbicka şi Jean Harkins l-au realizat asupra emoţiilor. MSN este, susţin autorii, un instrument al analizei lingvistice cu ajutorul căruia pot fi relevate descrieri precise, exacte ale înţelesurilor cuvintelor prin care sunt exprimate emoţii şi, în general, descrieri ale modurilor de a vorbi despre emoţii, specifice diferitelor limbaje.

Iată câteva dintre avantajele acestei abordări şi concretizarea acestora în exemple ale aplicării modelului pe care l-am supus atenţiei aici. Deşi, aşa cum am mai spus, Wierzbicka subliniază unele dintre neajunsurile teoriei implicaţiei conversaţionale a lui Grice, nu putem să nu menţionăm că însuşi modelul pe care îl propune are la bază identificarea intenţiilor vorbitorului, prin urmare, se sprijină pe semantica griceeană a intenţiilor. Iar teoria „implicaturii conversaţionale" este o aplicaţie a semanticii bazate pe intenţii (este un caz particular de analiză a *semnificaţiei non-naturale*).

Potrivit abordării lui Grice, actul comunicării nu poate fi separat de intenţii. În măsura în care înţelegem intenţiile ca stări psihologice complexe, privilegiem psihologia faţă de semantică. Este ceea ce, consider, tinde să facă Anna Wierzbicka. Privilegierea psihologiei faţă de semantică presupune următoarea idee: ceea ce este esenţial pentru comunicare (pentru constituirea unui înţeles) există independent şi anterior faţă de elementele lingvistice pe care se sprijină comunicarea.

Totuşi, ca orice model, acesta este criticabil. Deocamdată, modelul care are la bază utilizarea elementelor semantice primare nu este, se pare, atât de vulnerabil.

[7] Explicaţiile semantice reprezintă parafraze explicative, aparţinând metalimbajului elementelor semantice primare. Pot varia de la două sau trei cuvinte până la un mare număr de propoziţii relaţionate. În esenţă, sunt „texte" care fac parte dintr-o submulţime specificată a limbajului comun.

Lista elementelor semantice primare, aşa cum am arătat mai sus, nu este suficientă şi nici definitivă. Una dintre critici vizează folosirea cuvintelor „semantic" şi „conceptual" ca fiind echivalente. Criticii insistă asupra faptului că sunt necesare dovezi psiholingvistice independente înainte de a putea face deducţii conceptuale doar din analiza semantică. Wierzbicka susţine că termenii „semantic" şi „conceptual" pot fi folosiţi, oarecum, unul în locul celuilalt. Elementele semantice primare reprezintă aspecte ale conceptualizării lingvistice (elemente din care sunt construite concepte lingvistice complexe). Aşa cum a susţinut şi Leibniz, analiza semantică este, prin natura ei, o investigaţie conceptuală, deoarece înţelesurile nu sunt entităţi exterioare sau obiective, ci sunt „creaţii ale minţii". Termenul „lexical" este folosit în sens larg, atunci când afirmăm că un element semantic primar trebuie să fie un element lexical universal. Un exponent al unui înţeles primar poate fi o sintagmă sau un morfem apropiat de acesta, atâta vreme cât exprimă înţelesul cerut. Spre exemplu, în engleză, înţelesul lui *long-time* este exprimat printr-o sintagmă (care este însăşi cea pe care am scris-o), în timp ce în alte limbi acelaşi înţeles poate fi redat printr-un singur cuvânt (în română, vom exprima acelaşi înţeles utilizând cuvântul „îndelungat").

Viabilitatea transculturală a elementelor lexicale primare propuse este subiectul unor incertitudini pe care cercetările în domeniu le vor îndepărta, poate. Este nevoie de date numeroase şi elocvente, precum şi de atente analize ale polisemiei sau ale altor determinaţi ai limbajelor. Modelul MSN şi analiza bazată pe principiile acestuia sunt încă în plină dezvoltare şi testare, prin urmare, este destul de devreme să facem comentarii definitive asupra rezultatelor lor. Până în prezent, totuşi, nici o dovadă convingătoare care să infirme statutul universal al elementelor semantice primare propuse nu a fost scoasă la iveală.

Aşadar, modelul pare promiţător. Un motiv pentru care într-unul dintre interviurile cele mai recente (2002) pe care l-a acordat Bibliotecii Naţionale a Australiei, pentru seria numită *Oral History Collection*, Anna Wierzbicka făcea cunoscut publicului larg unul dintre cele mai ambiţioase obiective ale cercetării sale: de a căuta un alfabet al gândirii umane cu ajutorul studiului limbajelor umane.

BIBLIOGRAFIE

1. GRICE, H.P., *Meaning*, în „Philosophical Review", vol. 66, 1957.
2. GRICE, H.P., *Logic and Conversation*, în *Syntax and Semantics*, vol. 3, coord. Peter Cole şi Jerrz L. Morgan, New York Academic Press, 1975.
3. WIERZBICKA, A., *Cross-Cultural Pragmatics. The Semantics of Human Interaction*, Berlin, Mouton de Gruyter, 1991.
4. WIERZBICKA, A., *Contrastive Sociolinguistics and the Theory of Cultural Scripts: Chinese vs. English*, în *Contrastive Sociolinguistics*, coord. Marlis Hellinges şi Ulrich Ammon, Berlin, Mouton de Gruyter, 1996.
5. WIERZBICKA, A., *German Cultural Scripts: Public Signs as A Key to Social Attitudes and Cultural Values*, în „Sage Publications", vol. 9 (2), Londra, Thousand Oaks, 1998.
6. WIERZBICKA, A., HARKINS, J., *Introduction in Emotions*, în *Crosslinguistics Perspective*, Berlin, Mouton de Gruyter, 2001.

MIGRAŢIE SOCIO-PROFESIONALĂ OCCIDENTALĂ ŞI CONSTRUCŢIE EUROPEANĂ

MONICA MARINESCU

Cu ocazia aniversării a cincizeci de ani de la semnarea acordurilor de emigrare italiano-belgiene (1946) şi a Preşedinţiei italiene a Uniunii Europene, Institutul de Studii Europene al Universităţii Libere din Bruxelles, în colaborare cu Ambasada Italiei la Bruxelles şi a Institutului Italian de Cultură pentru Belgia, au organizat o „zi de studiu" intitulată: *Cetăţenia, migraţii şi construcţie europeană* (31 mai 1996).

Această „zi de studiu" a reliefat contribuţia emigranţilor italieni, rezidenţi în Belgia, la construirea Comunităţii Europene, fondată pe valorile solidarităţii şi ale muncii. Sub conducerea prof. Mario Telò (Universitatea Liberă din Bruxelles, directorul secţiei politice a Institutului de Studii Europene), s-a pus în operă această lucrare*, prin care autorii au dorit să redefinească natura ambiguă a cetăţeniei europene.

S-a amintit că, atât prin istoria sa cât şi în actualitatea sa imediată, această cetăţenie este parţial legată de mobilitatea lucrătorilor în Europa, chiar dacă aceasta este purtătoare de noi drepturi şi deci, potenţial, a unui proiect de reînnoire a construcţiei europene. Aceasta înseamnă revenirea asupra formării acestui statut, al cărui parcurs instituţional este adesea descris, de la *summit*-ul de la Paris 1974 (sub preşedinţia franceză) până la semnarea Tratatului de la Maastricht, la 7 februarie 1992, de „Cei Doisprezece". „Noua cetăţenie" ridică numeroase probleme juridice şi politice, atinge domeniile cele mai sensibile ale suveranităţii naţionale şi aspecte cruciale ale securităţii sociale (p. 10–11). Deoarece populaţiile emigrate s-au stabilit timp îndelungat în anumite state membre, s-a pus problema participării lor politice în ţările de rezidenţă, antrenând reticenţe şi dezbateri ce vizează evoluţia culturilor politice naţionale. Încurajând mobilitatea lucrărilor, proiectul european repunea problema unor vechi aspecte ale organizării statului naţional, apelând la dinamici formale şi informale ale integrării, de armonizare şi de apropiere a forţelor viabile ale construcţiei europene.

Pentru a aduce unele clarificări în ceea ce priveşte această formă, puţin cunoscută, a cetăţeniei europene, s-au reunit actori şi analişti ai construcţiei

* Volumul colectiv: *De l'étranger au citoyen. Construire la citoyenneté européenne. Préface* de S.E. Francesco Corrias. Paul Magnette (ed.), Paris, Bruxelles, De Bogck & Larcier, s.a.

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 455–465, Bucureşti, 2004

europene, specialişti din mai multe ţări şi de diverse discipline. Confruntând punctele lor de vedere, ei încearcă să explice natura ambivalentă a cetăţeniei Uniunii, deopotrivă statutul real al lucrătorilor emigranţi în spaţiul comunitar, cât şi titlul politic virtual al ansamblului resortisanţilor comunitari, consideraţi ca actori ai construirii unei Europe politice. Structurată în patru părţi, lucrarea abordează, prin studiile sale, o temă comună: analiza „cetăţeniei europene" din punct de vedere politic, juridic şi social.

În tradiţia politică a Europei, cetăţenia se manifestă mai întâi ca un statut juridic. Juriştii şi politicienii integrează în acest concept ansamblul drepturilor ce oficializează relaţiile cetăţeanului cu statul de care ţine: drepturi civile, care îi fixează statutul personal şi îi garantează libertatea individuală, drepturi politice ce dau formă participării sale la exercitarea puterii publice şi drepturi sociale care îi furnizează condiţiile materiale indispensabile exercitării celor dintâi (p. 11). Dar definiţia juridică nu epuizează sensul cetăţeniei: a acţiona ca cetăţean nu înseamnă numai uzitarea de drepturi, înseamnă, de asemenea, adoptarea unei anume atitudini şi a unui anumit comportament în sfera publică. P. Magnette şi M. Telò precizează în introducerea lucrării faptul că, dacă drepturile politice sunt ignorate, cetăţenia n-ar fi decât un titlu fără rolurile sociale, valorile şi reprezentările care îi dau corporalitate (p. 12).

Noutatea cetăţeniei europene explică, fără îndoială, că aceste dimensiuni n-au fost încă explorate. Analiza de referinţă realizată de R. Kovar şi D. Simon în revista „Cahiers de droit européen". Nr. 3–4, 1993, la care fac apel autorii mai sus-menţionaţi, punctează următorul aspect: drepturile „noi" cu care resortisanţii comunitari s-au trezit învestiţi de articolul 8 al Tratatului de la Maastrich au făcut obiectul numeroaselor comentarii juridice ce subliniază revoluţia conceptuală, alcătuită de instituirea unui „drept de cetate" în afara cadrului statelor, dar n-au investigat, decât fragmentar, eficienţa acestui statut.

Or, după cum s-a precizat, elaborarea sa depăşeşte cadrul formal al negocierilor interguvernamentale ce au dus la înscrierea sa în tratat; la fel, punerea sa în operă nu poate fi redusă la edictarea de directive şi la traducerea lor în dreptul naţional.

Primele trei capitole ale lucrării vin să lărgească această referire, examinând condiţiile politice ale apariţiei consacrării acestei cetăţenii. Autorii s-au concentrat asupra faptelor de migraţie şi asupra consecinţelor lor sociale şi politice care au înscris problema la ordinea de zi comunitară.

Prima parte – *De la lucrătorul emigrant la cetăţean: formarea cetăţeniei europene* – include trei studii cu privire la felul în care circulaţia persoanelor în interiorul „spaţiului comunitar" a contribuit la formarea cetăţeniei europene şi cum este ea susceptibilă să influenţeze dezvoltarea sa. J.-L. Quermonne reaminteşte că progresul realizat în patrimoniul drepturilor resortisanţilor comunitari a fost paralel progresiei politice a temei cetăţeniei europene: punerea în operă a liberei circulaţii, accesul la funcţiile publice pentru nenaţionali, construcţia jurisprudenţei drepturilor fundamentale comunitare, prefigurarea drepturilor politice ce constituiau alegerea prin vot universal direct a Parlamentului European. Aceste elemente care n-au fost încorporate explicit în articolele de la 8 la 8 E ale Tratatului de la Maastricht s-au

sedimentat, treptat, cu mult înainte să fie convocată Conferinţa interguvernamentală din 1991, ce recunoştea doar o „cetăţenie a pieţei comune" (p. 24). „Libertatea de circulaţie" a fost considerată, cu uşurinţă, ca una dintre mizele majore ale construcţiei Europei şi mobilitatea persoanelor, afară de faptul că a contribuit la alcătuirea unui „teritoriu european în care cetăţenii comunitari circulă aproape liber, a devenit o cauză majoră a tensiunilor dintre legislaţiile naţionale şi dreptul comunitar, între culturile naţionale şi cea europeană, tensiuni care au cerut soluţii noi, întărind *aquis*-ul comunitar.

Semnificaţia şi amploarea cetăţeniei europene, a unei cetăţenii în stare pură, separată de o naţionalitate corespondentă, ataşată unor naţionalităţi multiple în care există atâtea statuturi câte state membre aderate la U.E. există, creează o situaţie paradoxală, fără precedent, în statele federale, ridicând cel puţin trei probleme succesive, precizează J.-L. Quermonne (p. 25). Primul aspect vizează următoarea problemă: ce valoare poate îmbrăca o cetăţenie deconectată de la o naţionalitate corespunzătoare sau, altfel spus, cum să împăcăm cuplarea statutului de cetăţean cu cel de străin?

Urmărind acest lucru, putem desprinde situaţii apropiate: cumularea celor două roluri n-a existat întotdeauna; fruct al democraţiei, cetăţenia a făcut progresiv să treacă naţionalii de la condiţia de subiect la cea de actor politic... Aşa a fost în secolul al XIX-lea în Europa Occidentală, prin instituirea, în etape, a votului universal. Timp îndelungat, fără a se ajunge la sclavie şi înrobire, posesia naţionalităţii n-a avut drept corolar necesar cetăţenia... (p. 25).

În consecinţă, dacă respectarea democraţiei implică trecerea dincolo de naţionalitate şi de completarea sa cu cetăţenia, în schimb, experienţa istorică arată că poate exista o cetăţenie corelată naţionalităţilor multiple. În această direcţie, U.E. va trebui să găsească o soluţie pentru protejarea minorităţilor, în perspectiva lărgirii sale către ţările din estul Europei.

Al doilea aspect teoretic pe care doreşte să-l releve pune, în schimb, problema relaţiei între cetăţenia europeană şi natura politico-juridică a Uniunii. Demersul urmat de autorii Tratatului de la Maastricht se află la opusul celui ce se găseşte, de obicei, în formarea unui stat federal, în care existenţa unei naţionalităţi comune legitimează şi generează această cetăţenie (cazul SUA).

În America, ansamblul de resortisanţi din Uniune a dispus încă de la origine de naţionalitatea nord-americană, iar prin extinderea drepturilor civice li s-a acordat progresiv cetăţenia şi, prin urmare, dreptul de vot, diverselor straturi ale minorităţii negre şi ale populaţiilor apărute prin emigrare.

În schimb, creând Uniunea Europeană, autorii Tratatului de la Maastricht au recunoscut dintr-o dată resortisanţilor săi o cetăţenie comună, fără să existe naţionalitate prealabilă, dacă nu este cea rezultând pentru fiecare resortisant din apartenenţa sa la un stat membru (p. 26). Al treilea aspect teoretic, precizează J.-L. Quermonne, încearcă să răspundă interogaţiei: în ce măsură existenţa cetăţeniei europene legitimează sau nu, un adevărat „spaţiu public" european? (lucru relevat şi de J. Habermas) (p. 28). Pe scurt, perfecţionarea unei cetăţenii europene,

eficientă şi completă trebuie să reunească elementele, dacă nu ale unei naţiuni europene ce nu există, încă, şi care necesită mult timp ca să apară, cel puţin ale unei democraţii constituţionale europene, capabilă să fundamenteze o clarificare şi un „loialism" din partea resortisanţilor comunitari faţă de Instituţiile Uniunii.

Observăm, precizează autorul, că resortisanţii comunitari cu rezidenţă pe solul unui stat altul decât al lor, se găsesc plasaţi în prima linie, pentru a beneficia de dreptul de vot şi eligibilitatea instituite de Tratatul de la Maastricht. Ei sunt vizaţi de importanţa ataşată de statutul de cetăţean european condiţiei de reşedinţă. În timp ce „cetăţenia naţională" este corolarul, cetăţenia europeană „în stare pură nu interesează, în principal, decât statutul persoanelor ce circulă sau îşi au reşedinţa pe teritoriul Uniunii, adică al Statelor membre. De unde şi interesul juridic şi politic ce-l reprezintă noţiunile de „liberă circulaţie" şi „liberă rezidenţă" (drept de stabilire) ca valori reale ale acestui „*acquis* comunitar", stabilit de tratatul de la Maastricht, ce se extinde după ianuarie 1995 pentru naţionalii austrieci, finlandezi, suedezi, dar şi pentru resortisanţii din ţările Europei Centrale, Orientale în cadrul Europei „celor treizeci", ce se profilează la orizont (p. 31).

P. Magnette, prin studiul *Mobilitatea persoanelor şi construcţia politică a Europei,* reaminteşte că, de la fundamentarea Comunităţii Economice Europene (C.E.E.), libertatea de circulaţie a lucrătorilor peste graniţele ţărilor membre a apărut ca unul din elementele de bază ale construcţiei europene (p. 33).

Dacă la origine este economică, libera circulaţie nu poate fi astăzi redusă la mişcarea lucrătorilor, precizează P. Magnette (p. 45). Această libertate s-a răspândit progresiv în spaţiul comunitar, înainte de a fi generalizată de cele trei directive din 28 iunie 1990 şi înscrisă în numele „cetăţeniei europene" în Tratatul Maastricht; ea viza, virtual, ansamblul de resortisanţi al ţărilor membre, oricare ar fi situaţia lor socio-profesională.

La modul general, rolul mobilităţii persoanelor în integrarea politică a Europei nu este foarte indirect. Obişnuinţa luată de europeni de a circula liber prin Comunitate comportă intense dimensiuni simbolice şi culturale, purtătoare de integrare politică (p. 48).

P. Magnette se referă la formalismul definiţiei „cetăţeniei europene" precizând: circulaţia europenilor în Comunitate n-a deviat direct procesele decizionale sau configuraţia instituţională a U.E.; progresele libertăţii de circulaţie a persoanelor n-au întărit caracterul supranaţional al U.E., politicile migraţiei, rămânând aproape exclusiv naţionale, au fost „privatizate", nu transferate instituţiilor comunitare.

Deşi mobilitatea lucrătorilor emigranţi a făcut să progreseze „*aquis*-ul comunitar", sub raportul mentalităţilor (creşterea turismului şi a schimburilor culturale), pe plan politic, aceste mutaţii întârzie să apară, cetăţenii Europei identificându-se încă puternic cu statele lor, chiar dacă nu mai locuiesc acolo de multă vreme.

Mobilitatea europenilor, trecută şi prezentă, nu mizează, decât pe ceea ce se cheamă „integrare neoficială", deoarece libertatea de circulaţie a creat tensiuni

între drepturile naționale și dreptul comunitar, între culturile politice naționale și identitatea europeană, între interesele naționale și interesul european (p. 51). Este vorba, de fapt, de o redefinire a politicului. Cetățenia europeană, deși fundamentată pe „*aquis*-ul comunitar", pe lângă generalizarea liberei circulații, trebuie să introducă „noi" drepturi politice.

Despre ansamblul dreptului social european, care, adesea, a determinat sentințe ale Curții de Justiție a Comunității, încurajate de particulari, printre care emigranții italieni, amintește contribuția lui D. Rossini la această lucrare (p. 53).

În sprijinul ipotezei sale, autorul arată cum acțiunea juridică, adesea nepercepută, a lucrătorilor emigranți a dat naștere patrimoniului de drepturi subiective de care se bucură resortisanții comunitari, dreptul social european.

Moderând imobilismul instituțiilor politice, acești cetățeni au reclamat aplicarea dreptului comunitar și au contribuit la evoluția jurisprudenței „*acquis*-ului comunitar", în domenii ce se referă la viața socială a indivizilor (folosirea limbii materne, egalitatea de șanse, alocații familiale, calcularea pensiilor, accesul la funcții publice, securitate socială, legislație comună). Posibilitatea de a recurge la Curtea de Justiție europeană pentru a obține aplicarea unui drept comunitar a devenit o armă puternică în mâinile cetățenilor europeni, drept menționat implicit în articolul 8, paragraful 2, al Tratatului de la Maastricht cu privire la cetățenia Uniunii (p. 61).

Cea de-a doua parte a lucrării – *De la integrare socială la participarea politică* – se referă la drepturile politice pe care le presupune cetățenia Uniunii: dreptul de vot și de eligibitate la alegerile municipale și europene. Deoarece ating „miezul" (esența) suveranității naționale și a mecanismelor vieții democratice a Statelor, aceste drepturi politice ridică reticențe puternice în analiza cetățeniei europene precum și în soluționarea dificultăților juridice. Contribuțiile lui M. Alaluf și A. Rea, bazate pe un studiu de caz, se concentrează asupra impactului acestor probleme în Belgia, în special pentru principalii beneficiari ai acestor drepturi, „italo-belgienii". Aceste două studii abordează problema potrivit unor puncte de vedere simetrice.

M. Alaluf pune o serie de întrebări asupra rădăcinilor istorice ale entuziasmului redus manifestat în clasa politică belgiană, în privința drepturilor politice ale străinilor.

Integrarea socială a lucrătorilor emigranți și sedentarizarea lor în țara de rezidență și de muncă ne determină să ne întrebăm despre implicarea lor politică, despre manifestarea atașamentului acestora față de țara de emigrare. Răspunsul partidelor politice referitor la inserția politică a emigranților în Statele Uniunii este de indiferență sau chiar de neîncredere.

Analizând consecințele Tratatului de la Maastricht cu privire la drepturile politice ale emigranților, M. Alaluf arată că legiferând acest drept „de sus", excluzând de la beneficierea de el pe ne-resortisanții comunitari, sunt revelate contradicțiile culturii politice belgiene: mai întâi, pentru că, privilegiind pe europeni, această extindere parțială a drepturilor politice pentru străini împiedică

punerea problemei integrării emigranţilor din ţările terţe, apoi pentru că politicile ostile acestei înnoiri au fost constrânse să fie făcute publice (p. 72–73).

A. Rea a abordat aceeaşi problemă, dar din punctul de vedere al beneficiarilor de aceste drepturi, în special al italienilor ce sunt cei mai numeroşi printre străinii comunitari din Belgia. El coroborează opinia răspândită, potrivit căreia construcţia europeană a făcut mai uşoară integrarea emigranţilor europeni, aducând acesteia şi corecţiile de bază. El arată, mai întâi, că integrarea socială a acestor emigranţi nu este atât de completă cum se afirmă; de obicei, toţi indicatorii de angajare, de şcolarizare etc., demonstrează faptul că ei suportă, încă, urmările îndepărtatei lor origini venetice; apoi subliniază că aportul construcţiei europene nu ţine atât de „*acquis*-ul politic" sau „de drept" cât de dimensiunea sa simbolică şi culturală; italo-belgienii rezolvă, adesea, distanţarea lor de identitatea naturală, făcând referire la europenitatea lor. Autorul mai aminteşte că aceşti cetăţeni europeni utilizează puţin drepturile politice care le sunt acordate, iar slăbiciunea civismului european al italo-belgienilor ţine de contradicţiile profunde ce afectează cultura lor politică sau de delăsarea administraţiilor ţărilor de origine şi de emigrare.

Cele două studii reliefează faptul că fenomenul construcţiei europene a jucat un rol fundamental în raportul dintre emigraţia italiană şi cetăţenie. Construcţia europeană a permis emigranţilor italieni să reducă unele discriminări, dar nu a reuşit, încă, să suprime efectele negative ale referinţelor naţionale în definirea unei cetăţenii europene.

Capacitatea pe care o poate avea Europa în construirea unui „spaţiu cultural şi politic", fondat mai mult pe persoane care-şi au reşedinţa în acest teritoriu mai degrabă decât pe naţionalitatea celor care îl compun, constituie miza politică fundamentală pentru viitorul european (p. 96–97).

Atât punctul de vedere al autorităţilor ţărilor de emigrare, cât şi cel al emigranţilor înşişi demonstrează că edificarea unei cetăţenii deconectate de naţionalităţile statelor membre repune în discuţie fundamentările culturii politice a europenilor şi arată că obstacolele în calea realizăriilor nu vor putea fi soluţionate prin decrete. Aceste fenomene sociale presupun o deliberare publică, capabilă să schiţeze o socializare politică comună a europenilor.

A treia parte a lucrării *Drepturile cetăţeanului european la ora faptelor,* este consacrată studiului punerii în operă a drepturilor de cetăţenie a Uniunii de la ratificarea Tratatului de la Maastricht.

Studiul lui M. Nys se referă la primul drept înscris în Tratat — libertatea de circulaţie şi stabilire. El reaminteşte că nu este vorba aici decât de o inovaţie relativă, deoarece această libertate fundamentală figura deja în tratatele fondatoare şi ea s-a universalizat, treptat, nemaifiind rezervată doar lucrătorilor, ci, cel puţin formal, deschisă tuturor.

Prin dispoziţia de la întâi noiembrie 1993 (articolul 8A din tratatul asupra Uniunii Europene) s-a consacrat, chiar dacă simbolic, desăvârşirea pieţii unice, dar şi „constituţionalizarea" dreptului de circulaţie liberă pentru orice cetăţean al

Uniunii Europene, drept rezervat doar lucrătorilor (salariaţi sau nu) (p. 103). Dar acest drept comunitar de liberă circulaţie are limite: una legată de situaţia internă în statele membre, alta de situaţia resortisanţilor statelor de categoria a treia; o altă limită ţine de legătura de dependenţă ce se aplică situaţiei familiei resortisantului în C.E. Prima limită se referă la resortisanţii naţionali ai statelor membre, a doua se referă la resortisanţii statelor terţe, iar a treia la familia resortisanţilor C.E. Aceste limite nu sunt intangibile şi ele au evoluat, de asemenea (p. 107).

Totodată, M. Nys prezintă şi condiţiile de beneficiere de liberă circulaţie.

Din analiza „limitelor" şi a „beneficiilor" acestui drept comunitar, autorul prezintă concluziile sale. Proclamarea libertăţii de circulaţie a persoanelor prin Tratatul de la Roma s-a consolidat prin jurisprudenţa Curţii Internaţionale de Justiţie, dar şi prin textele sale.

Dincolo de aceste reglementări, punerea sa în operă rămâne marcată de originile sale: dacă lucrătorii se bucură de aceasta, în general fără necazuri, membrii familiilor lor, studenţii, lucrătorii fără slujbe, care nu pot demonstra venituri sau o acoperire socială suficientă, sunt adesea împiedicaţi să-şi exercite această libertate. Înainte de a deveni un drept de cetăţenie propriu-zis, „libertatea de circulaţie rămâne în multe privinţe incompletă" (p. 124).

Revenind asupra drepturilor politice, M. Martiniello, prin studiul său, încearcă să explice motivele ineficienţei lor practice: în primul rând, se referă la categoria generică de „resortisanţi comunitari" ce acoperă, în fapt, statuturi şi itinerarii foarte diferite, în aşa fel încât reticenţele pot avea origini personale foarte variate. Făcând referire la teoriile politice clasice ale democratizării, M. Martiniello subliniază, de asemenea, că viciul redibitoriu al acestei cetăţenii se află, fără îndoială, în originea sa reală: cedată unor cetăţeni care n-au cerut-o, limitată în practică la alegerea unui Parlament European ale cărui puteri sunt foarte limitate, se înţelege că ea nu declanşează „pasiunile" în practica cetăţeniei Uniunii. Impunerea „de sus" a unei cetăţenii a Uniunii, în scopul favorizării participării cetăţenilor la construcţia europeană, ţine deja de un paradox legat de teoria democratică. Nu se inventează o cetăţenie democratică prin Tratatul de la Maastricht. Se pare, preciza autorul, că legătura între cetăţenie şi identitate pare fundamentală. Cu cât identitatea este mai puternică, cu atât cetăţeanul va folosi drepturile asociate cetăţeniei şi invers. Provocarea rămâne deschisă: este posibilă o „cetăţenie politică" dincolo de Statul-naţiune? (p. 134).

Tot în partea a treia a lucrării este inclus şi studiul lui F. Delpérée *De la comună la Europa. Apariţia unei cetăţenii multiple.* Autorul replasează această problemă într-un cadru mai general şi reaminteşte că dezvoltarea cetăţeniei europene se înscrie într-o amplă mişcare de redefinire a statului, pornind de la locul pe care îl ocupă aici cetăţeanul. Concentrându-se asupra cazului Belgiei, el arată cum se dezvoltă o cetăţenie pe care o putem califica drept „multiplă" sau „pluralâ" şi care se desfăşoară de la comună la Uniunea Europeană, trecând prin provincii, regiuni, comunităţi şi prin statul însuşi.

Tocmai acest fenomen de demultiplicare al cetățeniei, de sus și de jos, și radicala noutate referitoare la tradiția centralizată a statului este dificil de recunoscut și de pus în operă (practică), în ansamblul său.

F. Delpérée trece în revistă dificultățile politice, instituționale și tehnice pe care le jalonează parcursul cetățeniei multiple și care explică numărul de blocaje și reticențele care au fost observate.

Cetățenia „multiplă" se înscrie într-o logică dublă, contradictorie.

O logică de înrădăcinare într-un loc administrativ ce servește acordării către individ a unei părți a statutului său juridic.

O logică de dezrădăcinare. Nu e nevoie de acest cetățean migrator care să caute să „mimeze" o integrare reală în oraș, comună sau stat. Cetățeanul european trebuie automat chemat la urne. Are drept deplin eligibil în Parlamentul European. Cetățeanul european, divers și complex, se găsește în acest moment la răscrucea acestei logici duble (p. 144).

În studiul ce încheie partea a treia a lucrării, P. Magnette evaluează rolul pe care îl joacă drepturile de plângere și recurs la mediator în implicarea civică a europenilor (p. 145).

Examinând practica acestor drepturi după „constituționalizarea" lor în Tratatul de la Maastricht, autorul arată că aceste instrumente contribuie la rezolvarea unui mare număr de cazuri de „rea" aplicare a dreptului comunitar și ajută la resorbția de „deficit democratic", conferind responsabilitate acțiunilor instituțiilor comunitare în fața cetățenilor (p. 160).

Rolul acestor instrumente se oprește aici: practica nu permite confirmarea ambiției, afișată în special de numeroși membri ai Parlamentului European, potrivit căreia aceste două drepturi ar constitui mijloace directe și originale de participare a cetățenilor la mecanismele decizionale europene. Incapacitatea Parlamentului European de a le folosi pentru promovarea progresului legislativ demonstrează faptul că ele constituie un control *aposteriori* al punerii în practică a dreptului, și nu un mod de încurajare *a priori* al progresului dreptului comunitar în procesul decizional al Uniunii (p. 165).

Faptul că practica sa recentă a rămas foarte modestă nu înseamnă că cetățenia europeană nu a fost chemată să se dezvolte. Cele trei contribuții, incluse în partea a patra a cărții, înfățișează progresele pe care acest statut este susceptibil să-l săvârșească în anii ce vin.

A. Manzella, în studiul *Semnificație și virtualități ale cetățeniei europene* reamintește că Tratatul de la Maastricht, făcând din indivizi subiecți direcți ai Uniunii, a dat posibilitatea, cel puțin teoretic, să se subordoneze construcția europeană deliberărilor cetățenilor. În viitor, mobilizarea politică ar putea succeda logicii funcționale a pieței ca forță de impulsionare a construcției europene.

În Tratatul de la Maastricht figurează o dihotomie chiar în interiorul conceptului Uniunii: Uniune de state sau Uniune de popoare. În sine, conceptul cetățeniei europene este un „concept de ruptură" în raport cu noțiunile tradiționale și închise de cetățenie națională.

A. Manzella prezintă importanța practică a celor patru sensuri ale cetățeniei europene. Primul sens se referă la refocalizarea Uniunii asupra unicei referințe posibile de ordin democratic, Statutul cetățenilor, drepturile lor. Aceasta ar însemna că procesul constitutiv european s-a răsturnat. Parcursul ce se schițează merge de la economie la politica drepturilor. Constituția europeană – politică, economică, socială, monetară devine cetățenie europeană politică, economică, socială și monetară. La integrarea „de sus", prin limitări succesive ale suveranității de stat, se substituie o fază de integrare „de jos", prin expansiunea progresivă a cetățeniei (p. 170).

Al doilea sens se referă la procesul de substanțiere și eficiență a statutului juridic al cetățeniei Uniunii. Cetățenia europeană trebuie, preciza autorul, să includă capacitatea efectivă de participare a individului — subiect situat la deciziile referitoare la dezvoltare.

Dreptul de acoperire a nevoii sociale își va găsi garantarea sa nu în protecția statului națiune, ci în mecanismele transnaționale (p. 171).

Al treilea sens se referă la definirea nivelului de guvernare pe care Constituția Comunitară îl implică, pentru a localiza, a teritorializa cetățenia, adică dezvoltarea unei „Europe vertebrate", opusă deșertului european care se întinde între Bruxelles și treptele locale ale puterii. Acesta înseamnă recunoașterea constituțională a reședinței administrative a democrației municipale ca primă instituție a guvernului integral european.

Iată ce s-a definit ca „subsidiaritate" treptată a puterii: procesul decizional ce se desfășoară trecând printr-o serie de niveluri teritoriale pentru a se apropia treptat de cetățean (p. 172).

Ultimul sens se referă la confruntarea indirectă a calității diferitelor cetățenii naționale și a cetățeniei europene. În viziunea Parlamentului European, cetățenia europeană e „complementară" și nu „substitutivă" cetățeniei naționale. Și totuși, această complementaritate, precizează autorul, determină capacitatea sa de a duce o confruntare între statutele de cetățenie națională, între raportul egal sau inegal al statelor în interiorul Uniunii și între cetățeniile existente. A. Manzella precizează: „... Cetățenia are valoarea unei prime expresii mature și operaționale a unității europene, a unei prime forme a Uniunii Europene" (p. 172).

Mai concret, A. Pierucci, în studiul *Cetățenia europeană ca relansare a construcției europene* pune o serie de întrebări asupra completărilor ce ar putea fi aduse patrimoniului drepturilor cetățenilor europeni în cadrul procesului de revizie permanentă a tratatelor privind cetățenia europeană (articolul 8 E din Tratatul de la Maastricht cu privire la natura dinamică a acestui statut).

Revizia Tratatului de la Maastricht a fost antamată în cursul Conferinței interguvernamentale din 1996–1997 pentru ameliorarea funcționării și legitimității proceselor decizionale după lansarea monedei unice și înaintea lărgirii cetățeniei pentru țările Europei Centrale și Orientale.

Autorul precizează că ceea ce este în joc nu este independența statelor sau suveranitatea lor: nici Comisia Europeană, nici Parlamentul European nu înțeleg să pună în discuție aceste principii.

Miza se referă, mai degrabă, la modul de exercitare eficientă în comun a acestor suveranități. Va fi eronat să negăm probabilitatea unei dezvoltări ulterioare a construcției europene, pretinzând că există prea multă Europă, când apare evident că nu este destulă.

Lui A. Pierucci i se pare că perspectiva europeană, într-o perioadă de criză politică, economică, de criză a sentimentului de apartenență a cetățenilor, constituie marele proiect pe care „Politica" îl poate propune europenilor pentru ca ei să-și regăsească încrederea (p. 181).

În final, P. Magnette prezintă unele concluzii cu privire la dinamica cetățeniei europene, așa cum reiese ea din studiile reunite în această lucrare.

În ultimă instanță, preciza Magnette, ceea ce explică stagnarea cetățeniei europene este nedeterminarea ce apasă pe ansamblul proiectului european. Audierile ținute de Parlamentul European în 1995 și 1996 au arătat faptul că segmentele în creștere ale „societății civile europene" văd în instituțiile comunitare un mijloc de a face să progreseze cauza lor, depășind imobilismul autorităților naționale. Ceea ce înseamnă că progresul cetățeniei europene este legat de creșterea drepturilor politice ale cetățenilor care pot influența, direct, procesele legislative.

Cum s-a subliniat de mai multe ori în lucrare, echilibrul instituțional delicat pe care se sprijină dinamica comunitară face dificilă întărirea semnificativă a puterii legislative a Parlamentului European: în primul rând, guvernele reticente față de integrare continuă să se opună acesteia; apoi deoarece concurența între Parlamentul European și Consiliul de Miniștri poate ruina spiritul de compromis și consensul datorită căruia Uniunea Europeană a putut evita blocajul complet al mecanismelor sale decizionale (p. 188).

Reformele inițiate în cursul Conferinței interguvernamentale din 1996–1997 dau dinamicii cetățeniei europene o inflexiune unică.

Ele prefigurează o cetățenie de tip nou, hotărât subsidiară în raport cu cetățeniile naționale și hotărât nonlegislativă.

Pentru a remedia „deficitul democratic" al Uniunii, este necesar să se dezvolte transparența pe care constituționalizarea „drepturilor de plângere" și „recurgere la mediator" le schițaseră. Aceste progrese trebuie să fie detașate de criteriul naționalității, pentru a spulbera neliniștile ce văd în consolidarea cetățeniei europene o cale de marginalizare a resortisanților din țările terțe. Reformele privind mecanismele decizionale europene prin transparența lor ar face decizia mai „publică, permițând fiecăruia să critice. Ele ar permite, mai ales, parlamentelor și partenerilor sociali naționali să controleze acțiunea guvernelor lor în cadrul Consiliilor de miniștri, încât cetățenii naționali să fie implicați mai direct în deliberarea mizelor europene".

Calea democratizării Uniunii, reliefa P. Magnette, este strâmtă: este vorba să imaginăm instituții noi, care să permită favorizarea participării cetățenilor la procesele decizionale comunitare și care să nu se mulțumească să copieze instituțiile tipice ale statelor istoric constituite, imposibil de transpus la scara unei comunități ce va număra în viitor trezeci de state (p. 189).

P. Magnette se referă la o serie de propuneri lansate în cadrul Conferinței interguvernamentale, privind participarea cetățenilor şi actorilor sociali la sistemul instituțional al Uniunii Europene (recunoaşterea dreptului de consultare, elaborarea unor organisme intermediare cum ar fi Comitetul economic şi social, Comitetul regiunilor, sintetizate de Parlamentul European).

Se recunoaşte, de către toți autorii participanți la lucrare, că există unele deficiențe de informare, lipsa transparenței, lipsa de interes în a consulta cetățenii, elemente ce afectează mecanismele comunitare. Prezentând lacunele, dar şi *acquis*-urile comunitare, autorii acestei cărți speră a fi contribuit la sugerarea mijloacelor de remediere a acestora, chemând la inventarea de noi practici de cetățenie.

Cartea are marele merit de a fi semnalat, în modalitatea teoretico-ştiințifică, avantajele şi dezavantajele edificării unei Europe integrate. Deşi prezintă doar o experiență socială din Apusul Europei, ea este deosebit de actuală pentru lumea românească, lume care s-a prins în angrenajul mişcărilor socio-profesionale şi general-umane care au loc pe continentul european.

Rămâne ca sociologii noştri să investigheze atât fenomenul real, cât şi implicațiile socio-umane de perspectivă ale acestor profunde mutații social-europene.

BIBLIOGRAFIE

1. MARSHALL, T.H., *Citizenship and Social Class*, Cambridge, Cambridge University Press, 1950.
2. LECA, J., *Questions sur la citoyenneté*, în „Projets", 1983, nr. 171/172, jan fev, p. 113–125.
3. R. KOVAR, D. SIMON, *La citoyenneté européenne* în „Cahiers de droit européen", 1993, nr. 3–4, p. 285–316.

COLOCVIUL laboratorului „Educație și identitate", Academia Română, 21 aprilie 2004

La Institutul de Sociologie al Academiei Române a devenit tradițională întâlnirea, de două-trei ori pe an, a laboratorului „Cultură, educație și identitate", la care participă un număr important de cercetători, cadre didactice, reprezentanți ai Academiei Române, ai Ministerului Educației și Cercetării, ai Fundației Europene Drăgan, ai Cultelor care analizează problemele fundamentale ale educației și instruirii tinerei generații, în perspectiva integrării țării noastre în Uniunea Europeană.

Nucleu de analiză, de reflecție și intervenție socială, laboratorul nostru a ajuns la a treia ediție și a acumulat deja o bază de date importantă privind starea actuală a învățământului – principala instituție formală organizată, specializată – care îndeplinește misiunea de pregătire a tinerilor pentru o viitoare profesie, pentru viață, dar și pentru integrarea cu succes a țării noastre în marea familie a Uniunii Europene.

Propunându-și să realizeze o cunoaștere amplă, profundă a **Reformei în Învățământ**, a valențelor și deficiențelor ei în practica școlară de zi cu zi, laboratorul nostru a inițiat o cercetare exploratorie cu cadrele didactice – recunoscuți experți în instruire și educație – și cu părinții, primii educatori naturali ai copiilor. Acestei cercetări i-am adăugat dezbaterile din cadrul ședințelor ale căror concluzii se constituie într-o reală *Strategie națională de perfecționare și modernizare a Școlii Românești.*

În cele ce urmează, punem în lumină principalele idei și reflexii, sugestii și propuneri ce au fost făcute de cadrele didactice, cercetătorii, reprezentanții cultelor, prezenți la dezbaterea din 21 aprilie 2004, ce s-a desfășurat în Sala de Consiliu a Academiei Române.

Dr. Maria Cobianu-Băcanu, coordonatoarea proiectului de cercetare, a prezentat contextul global și național în care apare cu o deosebită acuitate problema educației și a identității. Integrarea în Uniunea Europeană și globalizarea ridică o seamă de provocări în fața țării noastre, cu efecte deopotrivă pozitive și negative. Pregătirea tinerei generații sub aspectul instruirii și al educației, dar și al conservării și dezvoltării, apărării identității naționale de tendințele centrifuge generate mai ales de globalizare, care ne pot împinge, cultural și civilizatoriu, spre mode și modele străine, devine un imperativ de prim ordin dacă vrem să ne înscriem în aceste procese de anvergură continentală și mondială cu propria noastră personalitate și originalitate. În aceste condiții, cresc la cote nebănuite sarcinile și responsabilitățile școlii și ale tuturor factorilor educativi: familie, instituții de cultură, *mass-media*, biserică, poliție, jandarmerie, armată, instituții administrative etc. Colocviul se constituie într-un SOS educativ-identitar la adresa organelor centrale, MECT, MCC, CNA, *mass-media*, al participanților la procesul educativ, inclusiv al societății ca mediu social integrator, care trebuie să se aplece cu grijă, interes și pasiune asupra tinerei generații, să-i insufle idealuri de viață și modele de realizare umană care să-i călăuzească drumul cu succes spre autodesăvârșire.

Dar care este situația învățământului în momentul de față? Cercetările cu caracter exploratoriu, pe un eșantion de 400 de subiecți, dintre care 60 de cadre didactice și 340 de familii din București și din județe limitrofe acestuia, efectuate în toamna anului 2003, relevă o situație care necesită măsuri urgente. Vom reda numai câteva concluzii cu caracter calitativ.

Școala se află într-o situație critică datorită unui complex de factori: reforma învățământului se implementează de sus în jos, fără să țină seama de situația reală din teren; instabilitate legislativă, exprimată în schimbările repetate și incoerente din metodologia examenului de absolvire; sacrificarea generațiilor de elevi cu experimente nereușite; lipsa unei metodologii riguroase de admitere a

candidaților la examene; repartizarea elevilor pe calculator după susținerea examenului de capacitate; multe manuale alternative neaprobate de minister, unele elaborate după criterii nepedagogice introduse deja la clasă; programe de învățământ prea încărcate; lipsa motivației pentru învățătură a copiilor săraci, lipsa condițiilor materiale pentru ca aceștia să continue școala, a locurilor de muncă după absolvirea școlii și apoi salariile foarte mici la angajare, insuficiente pentru a se întreține sau a-și întemeia o familie; salariile foarte mici ale cadrelor didactice, pe lângă că sunt nestimulative, scad prestigiul și autoritatea acestora în societate și în fața elevilor; lipsa cadrelor didactice calificate, lipsa unei strategii stimulative de atragere a tinerilor către cariera didactică, ca și a unei metodologii de selecție riguroasă a cadrelor didactice competente.

Cu toate aceste dificultăți, școala își îndeplinește rolul de a instrui și educa, afirmă părinții, dar tot ei subliniază că învățământul acum este mai slab, în comparație cu cel dinainte de 1989.

La întrebările: **A rămas școala un ideal al părinților pentru copiii lor? Dar al copiilor?** răspunsul primit atât de la cadrele didactice, cât și de la părinți este că **școala a rămas un ideal al părinților pentru copiii lor în mai mare măsură decât al copiilor înșiși** sau, mai bine spus, **școala nu mai este un ideal pentru copii, așa cum a fost pentru părinții lor.**

Cauzele sunt multiple. Cadrele didactice afirmă că acum copiii nu mai au siguranța ocupării unui loc de muncă, iar cei cu studii superioare au salarii mici; cei cu bani și cu relații ocupă locuri bine plătite. **Părinții** justifică lipsa idealului la copii de a urma o școală prin faptul că acum se câștigă bani și cu o meserie, fără prea multă carte; copiii au acum alte preocupări, nu-i mai interesează școala; le place viața fără responsabilități; într-o lume condusă de puterea banilor, învățământul contează foarte puțin sau deloc, importantă fiind realizarea pe plan material; cei cărora le place școala sunt puțini, iar cei pentru care școala nu este un ideal provin din familii care gândesc la fel, întrucât și pentru părinți școala a fost o obligație.

Alte concluzii ale cercetărilor efectuate relevă că **între pregătirea profesională și educație există un decalaj,** rezultat din faptul că atât cadrele didactice și părinții, cât și elevii acordă mai multă atenție învățării la obiectele de admitere, neglijând pe cele de cultură generală și de pregătire general-umană. De aceea, **educația, ca proces de formare și modelare a tinerei generații după normele general-acceptate, dar și în perspectiva evoluțiilor viitoare, este într-o profundă criză.**

Morala se află într-un proces de eroziune accentuat, datorat influențelor *mass-media.*

Cultura, sub presiunea globalizării, este puternic subminată în esența ei națională.

Același proces evolutiv de degradare îl înregistrează limba română prin proliferarea limbajului vulgar și a anglicismelor devenite stereotipe ca *O.K., super, cool* etc.

Actualul context internațional și intern în care se desfășoară **învățământul românesc relevă că el trebuie să fie prospectiv,** orientat spre viitor pentru a răspunde exigențelor crescute cerute de societatea informației și cunoașterii, **să-și păstreze caracterul național,** să poarte pecetea poporului român, a sufletului, culturii și istoriei acestuia, să **adauge dimensiunea europeană,** în sensul formării viitorilor cetățeni europeni, cu conștiință și identitate europeană, capabili să contribuie, alături de ceilalți cetățeni, la zidirea Europei Unite de mâine.

Dr. Petruș Alexandrescu, cercetător științific principal gr. II, conferențiar la universitatea „Spiru Haret" și redactor șef la Revista de cultură matematică „Arhimede", în comunicarea sa, a pus în lumină necesitatea creșterii ponderii educației în perioada de tranziție, în primul rând, în segmentul populației școlare care constituie perspectiva de dezvoltare viitoare a țării, prin efortul sporit și competent al cadrelor didactice, familiei, instituțiilor abilitate ale statului, bisericii, *mass-media* și al societății în ansamblul ei. Având în vedere acest segment special de populație, el a pus accentul pe criza de identitate a tineretului în perioada de formare a personalității, plecând de la postulatul că nu există vid educațional (așa cum nu există nici vid cultural). Aceasta înseamnă că orice tânăr își însușește, în mod automat, o anumită educație în lipsa uneia dirijate, sprijinită fie pe un sistem de norme și valori autentice, tradițional acceptate, fie pe norme și reguli antisociale, condamnate și respinse de societate, specifice grupurilor cu comportamente delincvente. În acest ultim caz, desigur, a lipsit sistemul educațional dirijat sau el nu și-a făcut simțită eficacitatea, alți stimuli fiind mai puternici, modelul liderului de grup sau de gașcă, alte modele hibride.

Ca personalitate care cunoaște școala dinăuntru, **el apreciază că rolul școlii este mult diminuat în anii din urmă,** din multiple cauze, printre care principale sunt lipsa unui sistem

legislativ coercitiv pentru elevii care încalcă normele elementare de conduită școlară și pentru părinții acestora și faptul că școala însăși se află într-o profundă criză de identitate, din cauza procesului de reformă practicat din optici diferite și adesea incoerente, generatoare de nesiguranță și instabilitate. În concepția lui, factorul „școală" este foarte complex, el presupunând analiza planului de învățământ și a programelor școlare, precum și a concepției ce a stat la baza întocmirii lor. Pornind de aici, câteva întrebări se pun cu stringență: Este învățământul românesc un învățământ aglomerat, greoi, adeseori inaccesibil și plictisitor? A devenit el un învățământ elitist care declanșează fenomenul de saturație și blocare la elevi? Dacă da, cum trebuie restructurat pentru a deveni, deopotrivă, util, atractiv, accesibil? Dacă o trăsătură controversată a învățământului românesc de dinainte de 1989 era caracterul său „unitar", cum se asigură acum diversitatea învățământului, cum este el gândit longitudinal pentru o anumită filieră vocațională? De pildă, la disciplinele fundamentale sau exacte, ca matematica, fizica, chimia, informatica, ce urmărim să formăm și să dezvoltăm la elevi? Să-i înecăm în formule și în calcule interminabile sau dorim să-i învățăm mai întâi să gândească logic? Oare de ce se învață în școli geometrie de 2000 de ani încoace, nu pentru puritatea raționamentului geometric, care să dezvolte la elevi o gândire logic-deductivă?

Desigur, nu încercăm să ne substituim instituțiilor specializate ale statului, dar vrem să arătăm că nu ne este indiferent atunci când se iau măsuri arbitrare, adesea rupte de realitate, care afectează soarta învățământului românesc. Problema educației tinerei generații, strâns legată de instruirea acesteia, este de importanță națională și, de maniera în care ea se va rezolva, va depinde evaluarea noastră ca țară și națiune când ne vom compara cu alte țări sau când ne vom integra în Uniunea Europeană.

În același context, ar fi interesant, sublinia Petruș Alexandrescu, omul de la catedră, să aflăm noul sistem de credite, recent introdus, sistemul de formatori și formatori de formatori, și altele de același fel, care conduc la ierarhii în rândul profesorilor, în care se poate constata că în primele locuri nu sunt întotdeauna adevărații profesioniști în domeniu care au har și aplicare pentru învățământ.

Tot astfel, suntem nevoiți să asistăm și la degradarea învățământului românesc de elită. Concursurile școlare cu caracter național și cu participare internațională nu mai reușesc să selecționeze adevăratele valori, iar rezultatele se văd în ultima perioadă. Mai mult, aceste concursuri-olimpiade, care în primele lor faze au un caracter de masă, au devenit elitiste și inaccesibile. În acest fel, selecția nu se mai face prin stimularea unei mase mari de copii buni și foarte buni, aceștia fiind descurajați din start.

Toate acestea sunt componente ale unui fenomen deosebit de grav, a cărui rezultantă se traduce prin descurajarea și dezinteresul elevilor față de școală și față de perspectivele pe care le oferă ea în prezent.

Ce rol joacă familia în educația tinerilor și ce ar trebui ea să facă? Ce rol joacă ceilalți factori sociali supuși discuției? Cum reușesc *mass-media* să aducă în prim-planul educațional modele valorice autentice? Care ar fi rolul religiei și al valorilor morale supreme în educația tinerei generații? – sunt probleme de fond pe care noi, cei care ne aflăm aici, trebuie să ni le punem și cărora să le căutăm răspunsuri pertinente, competente.

Dr. Elena Cobianu, cercetător științific principal gr. I, la Institutul de Filosofie al Academiei Române, sectorul de etică, apreciază tematica supusă dezbaterii ca un semn pozitiv al atingerii acelui prag al deficiențelor și tarelor culturale și morale care impun o atitudine critică, însoțită de propunerea unor măsuri pentru factorii de decizie chemați la reașezarea valorilor.

Care este spectrul valorilor morale astăzi? Relativism valoric, confuzie a valorilor, laxism moral. Sub motivația valorică greșită, indusă după 1989, că tot ce a fost în socialism a fost eronat și trebuie înlăturat, în morală, tabla valorilor a cunoscut o gravă degradare, fiind respinsă orice idee de continuitate. Or, în morală, ca și în cultură, există un curs subteran al continuității unor valori, continuitate care asigură forma coezivă, organizată a societății. Am numi, printre aceste valori, ceea ce e cunoscut ca fiind **normele morale elementare de conduită care, îmbrăcate în forme specifice, au traversat istoria morală a umanității.** Amintim printre acestea: respectul reciproc, întrajutorarea, cooperarea, cinstea, corectitudinea, demnitatea, decența în conduită, vestimentație și limbaj, discreția, iubirea, fidelitatea, pasiunea pentru învățătură, pentru muncă, idealul unei vieți spirituale bogate, idealul cultural, libertatea. Aceste valori care ne dau identitatea de oameni și de români au fost și sunt înlocuite cu opusul lor, sub pretextul că sunt, dacă nu comuniste, sigur vetuste, nu mai corespund timpului actual.

Astăzi, valorile de mai sus, marginalizate, ignorate, respinse au lăsat locul unui haos, unei fără precedent confuzii a valorilor, lipsei de criterii valorice reale. Lipsa de respect, acutul conflict al generațiilor, egoismul exacerbat, necinstea, incorectitudinea, ilegalitatea și ocolirea legii, subdemnitatea umană, indecența în toate, cultul erotismului și al sexului, infidelitatea, indiscreția au devenit practici normale. Libertatea – coroană a spiritului uman – a trecut în libertinaj, cultura în anticultură și deculturalizare, limbajul decent, cult, în unul insalubru, subcultural. Idealului de viață spirituală elevată i-a luat locul zeul banului, al acumulării și insațietății de bunuri materiale, iar modelului, contramodelul.

Întreaga viață socială a cunoscut o degradare continuă. *Scăderea nivelului de viață*, prăbușirea lui s-a asociat cu decăderea spirituală, cu creșterea analfabetismului, cu împrumutul necritic de non-valori din afară. Necesarul contact dintre culturi este benefic, dar să nu fie în detrimentul ființei noastre profunde care ne definește ca oameni și popor.

Cum se poate ieși din deteriorarea morală și spirituală? Printr-un efort concertat al tuturor factorilor culturali și educativi.

– Mai întâi: readucerea școlii la școală, a elevilor la învățătură, la lectură, ordine și disciplină; elevii să ducă acasă civilizația și cultura dobândite la școală, iar profesorii să ofere atâta cultură și civilizație, încât ea să fie răspândită pretutindeni printr-o asiduă activitate de „apostolat". Sunt deziderate depășite? E posibil, după unii, poate chiar după mulți, dar, după convingerea noastră, numai prin „civilizația cărții" și a calculatorului, prin studiu asiduu vom avea un loc în ierarhia de valori a societății globale a cunoașterii ca români, dacă nu vrem să rămânem un popor de culegători de căpșune și fructe din țările Europei dezvoltate sau o țară furnizoare de măcelari, zidari ospătari sau *baby-sitters*.

– Apoi, prin respectul cuvenit pentru cadrele didactice, însoțit de retribuirea lor decentă; rolul crescut acordat familiei, bisericii, instituțiilor culturale, *mass-media*; „igienizarea", „depoluarea" industriei divertismentului printr-un control sporit al instituțiilor abilitate și al societății civile, cu aplicarea riguroasă a legilor interne și europene, ultimele mult mai drastice în problemele educației publice; dezbateri publice frecvente pe teme culturale și morale, combaterea tendinței unor televiziuni de a induce ideea de normalitate a răului, cultivarea respectului pentru muncă și valorile autentice.

Pentru evitarea exagerărilor avem nevoie de o cultură a libertății care ne lipsește azi. Suntem o societate, în multe privințe, bolnavă cultural și moral, dar și un popor cu reale valențe spirituale, ceea ce ne dă credința capacității de a ne „însănătoși". Pentru aceasta, avem nevoie de legi aplicate, de muncă, responsabilitate și dragoste de țară. Cu aceste valori putem „arde" etape pentru a ne înscrie cu identitatea noastră specifică în concertul multicultural al lumii contemporane.

Cornelia Rada, asistent de cercetare, a susținut comunicarea *Componenta educațională a Indicelui de Dezvoltare Umană (IDU)*. Acesta este un indice compozit bazat pe trei indicatori: 1. longevitate măsurată în raport cu speranța de viață la naștere; 2. realizare educațională măsurată printr-o combinare a gradului de alfabetizare la adulți cu gradul general de înregistrare în sistemele educaționale primare, secundare și superioare și 3. nivel de trai măsurat prin raportul PIB pe cap de locuitor (USD la Paritatea Puterii de Cumpărare sau PPC). IDU se măsoară pe o scală de la 0 la 1, valoarea maximă fiind 1. Este un instrument pentru măsurarea progresului în dezvoltarea umană, care a oferit informații privind speranța de viață, educația, nivelul de trai și permite descompuneri și comparații naționale și internaționale pe diverse criterii, cum ar fi: gen, apartenență etnică, regiuni geografice. IDU se folosește ca indicator sintetic din 1990. Până în anul 2000, s-au realizat analize IDU în 135 de țări. În România, aceste rapoarte s-au elaborat din 1995 până în anul 2000. Ele au cuprins: reforma educației, inegalitățile regionale (angajarea forței de muncă, venituri, dezvoltare rurală etc.) în cele 41 de județe, declinul producției interne și creșterea inegalităților și a sărăciei. Raportul IDU pe anul 2000 s-a focalizat pe implicațiile aderării României la UE asupra dezvoltării umane, subliniindu-se ideea că, deși stabilitatea macroeconomică este o condiție esențială pentru dezvoltarea umană, trebuie depășit stadiul de definire din perspectivă strict economică a problemei, deoarece în centrul oricărui efort de dezvoltare se află trebuințele, aspirațiile și capacitățile oamenilor.

România are valoarea IDU comparabilă cu țări din regiune precum Bulgaria, Federația Rusă sau Letonia, dar se află sub media țărilor din Europa Centrală și de Est și CSI, în țara noastră rata dezvoltării umane fiind în ultimele decenii mică și nesemnificativă. În ceea ce privește componenta educațională, gradul de alfabetizare a populației adulte se situează începând cu 1995 în jurul a 97%,

similar cu media ţărilor Europei Centrale şi de Est, CSI şi UE. Conform Anuarului Statistic al României pe anul 2002, gradul de cuprindere în învăţământ a populaţiei de vârstă şcolară a crescut în general la toate vârstele. La nivelul învăţământului superior în perioada 1996–2001, se remarcă aproape o dublare a populaţiei, cu specificarea că are loc scăderea numărului de studenţi la universităţile tehnice şi reorientarea lor spre alte domenii. A scăzut presiunea exercitată asupra învăţământului public prin apariţia învăţământului privat. Raportul elevi, studenţi/profesori se menţine constant, cu o relativă îmbunătăţire a lui în mediul rural datorată scăderii frecvenţei în şcolile săteşti ca urmare fie a scăderii numărului de elevi, fie a constrângerilor legate de distanţă şi mijloace de transport. Exemplele comparative cu ţările din UE, cu cele candidate arată că România se află sub media ţărilor Europei Centrale şi de Est şi din CSI în privinţa cheltuielilor publice pentru educaţie. Sunt necesare intervenţii în infrastructură: echipamente, clădiri, materiale, tehnologie.

Comunicarea tratează în continuare elementele noi pe care le aduc evoluţiile economice, sociale şi politice contemporane: o economie bazată pe informaţie şi pe tehnologia informaţiei şi comunicaţiilor, caracterul multicultural al programelor educaţionale ale UE, dimensiunea europeană a educaţiei şi necesitatea educaţiei interculturale, a pluralismului intercultural în contextul lărgirii continue a UE.

Maria Cobianu-Băcanu

SEMINARUL tehnic internaţional „Strategii anticorupţie", Sinaia, 27–28 septembrie 2004

Institutul Naţional de Criminologie, cu sprijinul Consiliului Europei, a organizat la Sinaia, în perioada 27–28 septembrie 2004, Seminarul tehnic internaţional cu tema „**Strategii anticorupţie**".

La lucrări au participat 30 de specialişti, atât din partea principalelor instituţii publice cu atribuţii în domeniu – Ministerul Justiţiei, Parchetul Naţional Anticorupţie, Ministerul Public, Înalta Curte de Casaţie şi Justiţie, Ministerul Administraţiei şi Internelor, Agenţia pentru Strategii Guvernamentale, Departamentul de Inspecţie al Primului-ministru – Cancelaria Primului-ministru, Oficiul Naţional de Prevenire şi Combatere a Spălării Banilor, cât şi din partea unor organizaţii nonguvernamentale – Liga pentru Apărarea Drepturilor Omului, Centrul de Resurse Juridice, Coaliţia anticorupţie.

Amintim, dintre participanţii români, pe Vasile Teodorescu şi Elena Guruiţă, procurori la Parchetul de pe lângă Înalta Curte de Casaţie şi Justiţie, domnul Iosif Mihai, şeful Direcţiei Anticorupţie din Direcţia Generală de Informare şi Protecţie Internă a M.A.I., Ionel Didea, director al Direcţiei Elaborarea Actelor Normative, Studii şi Documentare din Ministerul Justiţiei, prof. univ. dr. Sorin M. Rădulescu, prof. univ. dr. Dan Banciu şi drd. Cristina Dâmboeanu, sociologi din cadrul Institutului de Sociologie al Academiei Române, colaboratori ai Institutului Naţional de Criminologie.

Din partea Consiliului Europei a participat Alexander Seger, coordonator de programe.

Evenimentul s-a bucurat de prezenţa, în calitate de experţi, a lui Bertrand de Speville, Marea Britanie, şi Jean-Pierre Bueb, din partea Serviciului Central pentru Prevenirea Corupţiei, Franţa.

Seminarul a fost deschis de către doamna Dorinica Ioan, director al Institutului Naţional de Criminologie, care, mulţumind Consiliului Europei pentru sprijinul acordat în organizarea acestui seminar şi participanţilor pentru interesul acordat, a subliniat importanţa unei evaluări obiective, pe baze ştiinţifice, a modelelor şi strategiilor de prevenire şi control ale corupţiei şi a evidenţiat necesitatea activităţii de cercetare în domeniu.

Reprezentând Consiliul Europei în calitate de coorganizator, domnul Alexander Seger a exprimat, în cuvântul de deschidere, sprijinul constant acordat României de către acest for, atât pentru iniţiativele împotriva corupţiei, direcţie în care se înscrie şi prezentul seminar, cât şi în alte domenii de interes. În continuare, domnia sa a punctat principalele merite ale Strategiei Naţionale Anticorupţie

2001–2004 şi modul în care ţara noastră a adus la îndeplinire toate cele 12 recomandări formulate de Grupul de State împotriva Corupţiei – GRECO.

Discuţiile au vizat evaluarea Strategiei Naţionale Anticorupţie 2001–2004, situaţia actuală a corupţiei din România, impactul măsurilor anticorupţie adoptate, precum şi principalele linii directoare ale Strategiei Naţionale Anticorupţie 2005–2007. Seminarul s-a remarcat prin maniera interactivă, care a facilitat intervenţiile participanţilor în dezbateri, cât şi prin caracterul documentat al intervenţiilor.

Dintre subiectele supuse dezbaterilor au fost deosebit de interesante comentariile asupra Strategiei Naţionale Anticorupţie, axate pe scopuri, evaluare, validare şi cooperarea cu societatea civilă (doamna Claudia Olaru, consilier pentru integrare în cadrul Ministerului Justiţiei), implementarea Strategiei Naţionale Anticorupţie 2001–2004, prezentarea Raportului Integrat de Progres Săptămânal şi proiectul viitoarei Strategii Anticorupţie (domnul Teolin Codreanu, consilier personal al ministrului Justiţiei).

Au mai fost discutate reforma legislaţiei în domeniu şi proiectele de acte normative realizate în baza colaborării cu Transparency International România (Ionel Didea, director, Ministerul Justiţiei), structura, organizarea şi competenţa Parchetului Naţional Anticorupţie (Adina Petrescu, procuror, PNA), activitatea Direcţiei anticorupţie din cadrul Direcţiei Generale de Informare şi Protecţie Internă, Ministerul Administraţiei şi Internelor (Iosif Mihai, şeful Direcţiei anticorupţie), relaţia dintre excesul de birocraţie şi corupţie şi propuneri în vederea simplificării procedurilor (Dan Jurcan, director general, Agenţia pentru Strategii Guvernamentale).

Intervenţiile reprezentanţilor organizaţiilor non-guvernamentale au avut ca obiect programele pentru educarea publicului, derulate în cooperare cu Ministerul Justiţiei, (Cristina Saiciuc, consilier juridic, LADO), dar şi unele aspecte critice sesizate în relaţia cu organele administraţiei publice (Radu Nicolae, Centrul de Resurse Juridice).

O altă temă de interes a fost cercetarea fenomenului corupţiei, fiind prezentat un studiu al Institutului Naţional de Criminologie aflat în derulare, *Analiza criminologică a fenomenului corupţiei pentru perioada 1998–2002,* cu accent pe obiective şi metodologie (Roxana Bratu, sociolog).

Tot în domeniul cercetării aplicative se înscrie şi prezentarea analizei preliminare a datelor dintr-un studiu de percepţie a corupţiei, care ilustrează opinia populaţiei cu privire la principalele cauze ale corupţiei, efectele acestui fenomen, geneza sa şi unele propuneri pentru reducerea acestuia (prof. univ. dr. Sorin M. Rădulescu şi prof. univ. dr. Dan Banciu, sociologi, colaboratori ai Institutului Naţional de Criminologie).

Experţii străini au intervenit pe parcursul dezbaterilor, iar la final fiecare şi-a prezentat concluziile.

În mod succint, ***Jean Pierre Bueb*** a apreciat progresele României, în primul rând pe plan legislativ, atrăgând în acelaşi timp atenţia că eforturile trebuie acum concentrate pe aplicarea strictă a legii.

Comentând strategia aplicată în perioada 2001–2004, domnia sa a evidenţiat dificultatea definirii corupţiei, prudenţa necesară în interpretarea statisticilor, raţiunea adoptării de coduri deontologice şi necesitatea sprijinului din partea societăţii civile, sprijin vital pentru succesul campaniilor anticorupţie.

În legătură cu viitoarea strategie anticorupţie, recomandările sale au vizat crearea unei entităţi unice care să coordoneze activităţile anticorupţie, folosirea metodei „cartografierii riscurilor" pentru prevenire, abordarea transparenţei ca un mijloc de reducere a riscurilor şi nu ca un scop în sine, nediscriminarea între mica şi marea corupţie şi intensificarea eforturilor în direcţia educării populaţiei.

La rândul său, ***Bertrand de Speville*** a apreciat pozitiv cadrul legislativ adoptat, renunţarea la anumite imunităţi, creşterea independenţei magistraţilor şi extinderea cadrului instituţional anticorupţie. Domnia sa a pus accentul pe implementarea coordonată a tuturor celor trei elemente ale strategiei – aplicarea legii, prevenire, educaţie – de către o singură autoritate, pentru a elimina riscul unor suprapuneri de activităţi ori interferenţe.

Sesizarea autorităţilor în cazurile de corupţie şi urmărirea penală trebuie să se desfăşoare în condiţii care să asigure atât transparenţa, cât şi confidenţialitatea cerută de natura cazurilor. De aceea, promovarea unei politici nediscriminatorii în cazurile de corupţie este necesară, pentru a încuraja populaţia să sesizeze organele în drept.

Activitățile de prevenire trebuie desfășurate organizat, în cadrul unui program unitar. În mod similar, educația și sprijinul public trebuie abordate pe termen lung, totodată detaliat și metodic. Pentru evaluarea progreselor înregistrate, sunt necesari indicatori de performanță, care să urmărească toate cele trei elemente ale strategiei.

În concluzie, astfel cum s-a reținut și în Raportul de conformitate GRECO, România a făcut progrese considerabile în activitatea anticorupție, urmând ca a doua Strategie Națională Anticorupție (2005–2007) să se axeze pe aplicarea legislației existente și pe folosirea eficientă a cadrului instituțional creat, o importanță vitală având abordarea coordonată a implementării viitoarei strategii.

Seminarul a constituit un excelent prilej de reflecție asupra acestei teme de o stringentă actualitate, suscitând în cel mai înalt grad interesul participanților. Schimbul de idei a condus la formularea unor recomandări valoroase, deosebit de utile pentru elaborarea unei noi strategii anticorupție eficiente.

Dorinica Ioan și
Dan Mânzală

SEMINARUL Internațional „Democrația și drepturile omului în societățile multietnice", a șaptea ediție, Konjic, Bosnia-Herțegovina, 12–16 iulie 2004

Seminarul internațional *Democracy and Human Rights in Multiethnic Societies*, ajuns în 2004 la cea de-a VII-a ediție, este organizat anual de către **Institute for Strengthening Democracy in Bosnia**, în cooperare cu **University of Bergen, Norvegia**. Seminarul este axat pe dezbaterea științifică a unor teme mai largi din științele socio-umane, precum sociologia, politologia, istoria, dar și studiile media și studiile feministe.

Și la ediția din 2004, tematica dezbătută a cuprins o sferă largă din științele sociale, reflectând preocupările actuale intense asupra unor subiecte precum: naționalitatea și naționalismul, etnicitatea, identitatea etnică, identitatea națională și identitatea europeană, drepturile omului – în special în societățile multietnice, democrația și democratizarea societăților postbelice, procesul de extindere politică europeană etc. Dezbaterile au avut deopotrivă un caracter teoretic și unul empiric: fenomenele menționate au fost, pe de o parte teoretizate și/sau interpretate prin prisma unor teorii, iar pe de altă parte au fost discutate rezultatele concrete ale unor cercetări și studii.

La seminar au contribuit peste 100 de participanți, gradul de „răspândire teritorială" al acestora fiind deosebit de larg. Astfel, participanții – care fie au prezentat lucrări, fie au asistat/contribuit doar la discuții – au acoperit majoritatea țărilor europene, de la toate țările balcanice și din Estul fost-comunist, ca și din Rusia, Georgia, Turcia sau Cipru, până la Marea Britanie, Germania, Franța, Suedia, Norvegia sau Danemarca. De asemenea, la seminar au participat și cercetători din SUA și Canada, dar și din țări precum India, Filipine, Africa de Sud, Uganda sau Liban. Limba în care s-a vorbit a fost engleza.

Seminarul a durat cinci zile, în fiecare zi fiind organizate de la două la șase paneluri de prezentări de lucrări și de discuții, în unele cazuri câte două dintre ele fiind paralele. Într-una dintre zile a fost organizat un *workshop*, tematica acestuia fiind *Some Disputes on Ethnic and (or) National Identity*.

După deschiderea oficială, care a inclus discursurile principalilor organizatori (din cadrul *Institute for Strengthening Democracy in Bosnia* și ai *University of Bergen*), ca și ai invitaților din afara lumii academice propriu-zise (primarul orașului Konjic, de exemplu), seminarul a debutat cu o primă prezentare a unui profesor din Belgrad, care s-a constituit, în același timp, într-un prim subiect de dezbatere. Tematica respetivă a fost *Nationality as Link to Ethnic Group and to State*. În continuare, prima zi a seminarului a fost dedicată dezbaterilor și temelor referitoare la **spațiul balcanic**. Astfel, primul panel a fost consacrat temei „Către o societate post-etnonațională: cooperarea dincolo de granițele etnice în sferele academice și nonguvernamentale din Kosovo".

Următoarele două paneluri ale zilei s-au focalizat asupra Bosniei-Herțegovina. Unul dintre ele a reunit lucrările dedicate tematicii „Tranziția către autonomia Bosniei" (o traducere aproximativă, dat fiind contextul bosniac – prezența forțelor armate prin care este menținută pacea – pentru titlul ales de organizatorii panelului, anume *The Transition to Bosnian Ownership*), în timp ce celălalt panel consacrat problematicii Bosniei-Herțegovina a fost intitulat „Bosnia și Herțegovina: teoria politică normativă și ingineria constituțională". În acest din urmă panel s-au remarcat, prin caracterul lor documentat, dar și incisiv, lucrări precum „De la dialectică la teologia politică: regândind complexitatea în federalism" și „Ingineria constituțională în statele multinaționale: un rol pentru teoria politică normativă?"

În cea de-a doua zi a lucrărilor seminarului au fost organizate șase paneluri, fiecare dintre ele fiind având tematici mai largi. Primul a cuprins lucrările al căror subiect s-a încadrat în tema „Tranziția în societățile post-comuniste". Cel de-al doilea panel a avut ca tematică generală „Conflictele și securitatea", aici remarcându-se lucrările (ca și dezbaterile care le-au urmat): „Construirea comunității sigure în Balcani: fapte sau ficțiune?", „Pacea și educația dezarmării în societățile post-conflict", ca și lucrarea „De la republica terorii la republica anarhiei: perspectivele democrației în Irak-ul post-Saddam". Cel de-al treilea panel al zilei a fost consacrat „Democrației în societățile multi-etnice", printre lucrările prezentate și discutate aici remarcându-se cea intitulată „Educația pentru cetățenia democratică și noile media electronice", ca și lucrarea „Protecția instituțională a minorităților în societățile multi-etnice: o perspectivă critică". Al patrulea panel a fost intitulat, simplu, „Reconcilierea", aici fiind cuprinse atât lucrări cu caracter general, precum „Reconcilierea în Europa post-comunistă", cât și lucrări cu caracter specific, dintre care am reținut ca interesantă, deopotrivă ca idee și ca susținere, lucrarea „Comisiile adevărului și reconcilierii în Africa și America Latină – un model pentru Balcani?". Tot un titlu concis, însă cuprinzând o sferă vastă, a avut și cel de-al cincilea panel al zilei: „Naționalismul". Lucrările prezentate în cadrul acestui panel nu s-au constituit însă în provocări teoretice, ci au avut mai mult aspectul prezentării unor cazuri concrete, din care reținem, de exemplu, prin inedit cel puțin, cazul indian expus în lucrarea „Democrația, naționalismul și identitatea: experiența indiană". În fine, ultimul panel al zilei a fost consacrat „Problemei Kosovo", printre lucrările demne de a fi reținute și menționate aici numărându-se „Procesul de democratizare în Kosovo: Sisif sau Hercule? O evaluare critică a implicării internaționale post-război" și „Etnonaționalismul și provocările noii identități kosovare sub administrația Națiunilor Unite".

Cea de-a treia zi a seminarului a fost dedicată, în prima sa parte, studiilor feministe. Astfel, tema panelului organizat a fost „Soarta femeilor din Europa Centrală și de Est după 1989". Aici am remarcat studii interesante referitoare la situația femeilor din societățile post-comuniste, ca și discuții care pot contribui la progresul teoriilor feministe în general. În partea a doua a zilei a fost organizat *workshop*-ul amintit mai devreme, a cărui tematică s-a axat asupra unor „Dispute asupra identității etnice și (sau) naționale". Pe lângă prezentarea unor lucrări interesante referitoare la teoretizarea și conceptualizarea identităților etnice și naționale, ca și a mai noii identități europene, în cadrul *workshop*-ului au avut loc dezbateri centrate în special asupra unor întrebări precum: în ce măsură identitățile legate de diverse tipuri de apartenență (nu doar etnică, națională sau europeană, dar și religioasă și lingvistică, atât de importante în spațiul balcanic, așa cum s-au dovedit deja a fi) determină și influențează identitatea politică?; cum ar fi posibil ca, deși având identități diferite, oamenii să ajungă să se identifice cu acel „noi" comunitar?; deoarece „includerea" și „excluderea" de natură etnică și națională nu țin de voința oamenilor, în ce măsură se mai poate vorbi despre libertatea individuală?; cum ar putea fi identitățile politice definite și dezvoltate practic astfel încât să fie construite comunități politice funcționale și relații bune de vecinătate între ele?; în ce măsură și în ce modalități noua identitate europeană care începe să fie percepută la nivelul cetățenilor Europei unite (singura identitate pe care o au unele persoane din spațiul european, după cum a susținut un cercetător din Austria), influențează mai vechile identități naționale și etnice, atât de vii încă, în cele mai multe din țările europene?

În ziua a patra a seminarului au fost organizate cinci paneluri. Primul dintre ele a fost consacrat studiilor media. Tema sa, pe care o redau în limba engleză, date fiind dificultățile de a o traduce cu

fidelitate, a fost *Media of and in Nation-Building: Markers and Scenarios of Identity Formation.* După părerea mea, toate lucrările prezentate în cadrul acestui panel au fost deopotrivă interesante şi valoroase. Amintesc aici numai o parte dintre ele: „Limbă, identitate, politică: mecanisme ale construirii naţiunii"; „Cadrele naţionale *versus* construcţia comunitară: memoria colectivă, memoria culturală şi produsele media"; „Construirea naţiunilor şi cultura populară în Europa Centrală şi de Est"; „Construcţia discursivă a identităţii pan-bosniace şi a identităţilor etnice în media din Bosnia-Herţegovina"; „Mediatizarea «teritoriilor». Graniţele Balcanilor de după război în presa din Ungaria". Cel de-al doilea panel al zilei, intitulat „Balcanii în focus", a reunit atât lucrări cu caracter mai general, precum lucrarea „Musulmanii şi democraţia în Balcani", cât şi lucrări cu caracter mai specific, printre care amintesc lucrarea (interesantă prin abordare, un exemplu de demers care ar trebui urmat şi pentru cazul românesc, după părerea mea) „Deprivarea de la drepturile omului în regiunea balcanică – cauză a emigrării forţei de muncă înalt calificată". Cel de-al treilea panel al zilei s-a focalizat din nou asupra problematicii destul de complexe a Bosniei-Herţegovina. Panelul, denumit „Bosnia-Herţegovina în focus", a cuprins şi el atât lucrări cu un caracter mai general, precum lucrările „Două instrumente ale implementării păcii - «democratizarea» şi «dezvoltarea drepturilor omului»: cazul Bosniei-Herţegovina"; „Instituţiile sociale şi ordinea socială: implicaţiile lor pentru procesul de construire a statului. Exemplul Bosniei-Herţegovina", cât şi lucrări mai specifice, dintre care aş aminti aici doar lucrările: „Consecinţele neintenţionate ale epurării etnice în Bosnia şi Herţegovina: cazul comunităţii evreilor bosniaci" şi „Normele de lucru, podurile şi garanţiile: politica şi procesul de reformă în Mostar". Al patrulea panel al celei de-a patra zile a seminarului a fost dedicat tematicii „Diversitate, inter-culturalism, multiculturalism". În cadrul acestui panel au fost prezentate lucrări precum „Diversitatea culturală şi educaţia pentru pace – programele UNESCO"; „Problematica identităţii şi perspectivele multiculturalismului în lumea contemporană" sau „Pluralitatea etnică, religioasă sau culturală şi construirea instituţiilor economice". În fine, ultimul panel al zilei a fost focalizat asupra „Abordării trecutului în societăţile multietnice". În cadrul acestui panel au fost ridicate, prin lucrările prezentate, întrebări precum: „abordarea trecutului este o condiţie sau o consecinţă a democratizării?"; „care sunt limitele justiţiei terapeutice şi ale scrierii istoriei contemporane?"; „cum pot fi «reconciliate» legile internaţionale şi ideologiile locale în cazul societăţilor care traversează o tranziţie post-conflictuală?" etc.

În ultima zi a seminarului a fost organizat un singur panel: „Europa în focus: integrare şi clivaje". Sub o temă atât de generoasă şi, în egală măsură, atât de actuală, au fost reunite mai multe lucrări interesante. Ca şi în cazul altor paneluri, şi aici şi-au găsit locul atât lucrări având un caracter mai general, cât şi lucrări mai specifice, care au prezentat studii de caz concrete. Dintre cele aproximativ zece titluri de lucrări susţinute în cadrul acestui panel, amintesc aici câteva – cele care mi-au atras atenţia în mod special: „Clasa, conflictul şi politica: lecţiile experienţei post-comuniste"; „Rolul sectorului nonguvernamental în procesul de integrare europeană"; „Tentative de a descoperi o relaţie între cerinţele de protecţie a minorităţilor şi accesul în Uniunea Europeană"; „Mecanismele construirii unei identităţi europene în contextul extinderii Uniunii Europene".

Consider că toate aceste teme abordate, ca şi toate problemele ridicate şi dezbătute în cadrul acestui seminar au fost cel puţin interesante, atât ca idee, cât şi ca argumentare. Dat fiind că seminarul s-a constituit, aşa cum precizam la începutul acestei prezentări, în cea de-a şaptea ediţie, el fiind organizat anual, recomand tuturor cercetătorilor români interesaţi de ştiinţele socio-umaniste să participe în anii care vin la ediţiile sale următoare. Seminarul este nu doar o bună modalitate de diseminare a rezultatelor cercetărilor care se fac în România (după părerea mea, o astfel de diseminare ar trebui intensificată în reuniunile ştiinţifice din spaţiul balcanic, care, de obicei, nu se bucură de o prezenţă românească suficientă), ci şi o bună oportunitate de inter-relaţionare şi schimb de experienţă cu cercetătorii şi specialiştii în ştiinţe sociale de pretutindeni, la seminar participând, anual, peste 100 de oameni de ştiinţă din toată lumea.

Simona Ştefănescu

„Sociologija sela" nr. 3–4 (157–158), iulie–decembrie 2002

„Sociologija sela" (Sociologia satului), „revistă trimestrială de cercetare a dezvoltării spaţiale şi socio-culturale", este publicată de Institutul de Studii Sociale din Zagreb, cu ajutorul financiar acordat de către Ministerul Ştiinţei şi Tehnologiei din Croaţia. În paginile sale se regăsesc contribuţii ştiinţifice din domeniul sociologiei şi al altor discipline sociale, referitoare mai ales la aspecte din viaţa satelor, dar şi a oraşelor sau a spaţiului în general. Subiectele abordate sunt, de regulă, tratate din punctul de vedere al dezvoltării sociale, culturale şi economice a zonelor rurale.

Articolele sunt redactate în sârbo-croată sau în engleză şi, în mod excepţional, în franceză sau germană, toate fiind însoţite de rezumate în sârbo-croată şi în engleză. Consiliul redacţional cuprinde opt membri, majoritatea din Zagreb (capitala Croaţiei), unul din Split (Croaţia) şi unul din Ljubljana, capitala republicii vecine, Slovacia.

Primul număr al revistei a apărut în anul 1963. Cu ocazia împlinirii a patruzeci de ani de ani de apariţie neîntreruptă, redacţia publică un număr aniversar [no. 3/4 (157/158) iulie-decembrie 2002]. Volumul prezintă rolul jucat de „Sociologija sela" în reflectarea schimbărilor fundamentale survenite în satele şi în agricultura croată în special, a celei iugoslave în general, precum şi în dezvoltarea sociologiei rurale din această zonă.

În studiul introductiv, realizat de trei dintre redactorii revistei, sunt prezentate succint schimbările fundamentale şi fazele traversate de mediul rural şi de agricultura croată în ultimele patru decenii: disoluţia societăţii agrare în anii '50–'60; stabilirea unui nou echilibru între sat şi oraş în anii '70–'80; apariţia unui nou dinamism în mediul rural croat, marcat prin apariţia exploatărilor agricole familiale moderne, a unor noi forme de iniţiativă antreprenorială şi a unor forme noi de exploatare a spaţiului rural la sfârşitul anilor '80 şi începutul anilor '90; războiul de la sfârşitul secolului XX şi consecinţele acestuia asupra populaţiei din mediul rural şi a exploataţiilor agricole; dificultăţile perioadei de tranziţie şi de reconstrucţie. Nu sunt uitate nici tendinţele-cheie ale dezvoltării sociologiei rurale şi rolul jucat de revistă; autorii consideră că este vorba de un rol determinant în construcţia şi dezvoltarea sociologiei rurale din Croaţia, dar şi din celelalte regiuni federative ale fostei Iugoslavii.

În prima parte a acestui număr din „Sociologija sela" sunt grupate şaptesprezece studii semnate de cercetătorii care au participat la crearea revistei şi care au continuat de-a lungul timpului colaborarea cu aceasta, studiile lor având astfel un impact considerabil asupra comunităţii ştiinţifice iugoslave.

În cea de a doua parte (p. 566–666), este publicată o bibliografie completă a celor 1551 de articole apărute în cele 158 de numere ale revistei. Spre deosebire de prima bibliografie, publicată în 1992 (în no. 3/4, p. 213–284), cu ocazia sărbătoririi a treizeci de ani de apariţie, cea din volumul de faţă este completă (cuprinde atât articolele apărute în numărul special publicat în engleză în anul 2000, cât şi cele din suplimentul din acelaşi an). Titlurile articolelor sunt traduse în engleză. Autorii bibliografiei au grijă să precizeze teritoriul şi societatea la care se referă studiile, precizare necesară, întrucât unele titluri sunt imprecise (mulţumindu-se, de exemplu, doar să afirme că tratează „satul nostru" sau „societatea noastră"). Numerotate în ordinea apariţiei, articolele sunt grupate tematic (studii, cercetări concrete, note informative, recenzii). Indexul final înlesneşte căutarea autorilor.

Parcurgând titlurile, putem observa că sunt prezentate şi aspectele societăţii rurale din trecut (gospodăria, familia, situaţia femeii, rolul tineretului, rolul bătrânilor etc. – aspecte prezentate şi în noile lor forme, cele actuale), dar că domină cele privind viaţa rurală contemporană (tehnicile agricole

moderne, mecanizarea agriculturii, impactul industrializării, mobilitatea socială, migraţia către oraşe, procesul de urbanizare, relaţiile şi comparaţiile cu alte ţări etc.). Cum problemele unei agriculturi socialiste s-au pus în mod acut şi în cazul fostei Iugoslavii, abordarea lor se bucură de atenţie în revistă (cooperativizarea, planificarea rurală, activismul politic în mediul rural etc.). Nu lipsesc nici articolele ce analizează diferite aspecte teoretice sau metodologice. Recenziile şi notele informative sunt numeroase; ele prezintă diferite publicaţii (locale sau străine), manifestări ştiinţifice, activitatea ştiinţifică locală sau de peste hotare şi diverse alte informaţii de interes pentru cititorii revistei.

În afara studiilor ştiinţifice dedicate mediului rural, sunt publicate şi bibliografii. Considerând bibliografiile tematice ca fiind adevăraţi indicatori ai constituirii domeniilor ştiinţifice, dar şi puncte de plecare şi elemente-cheie în elaborarea studiilor, revista le-a acordat o atenţie constantă, încă din primii ani de apariţie.

Printre numeroşii autori ale căror semnături apar în revista „Sociologija sela" trebuie amintite câteva nume de prestigiu ale sociologiei şi etnologiei jugoslave, cum ar fi: Mirko Barjaktarović, Rudolf Bićanić, Ivan Ćifrić, Vojislav M. Đurić, Ruža First Dilić, Svetozar Livada, Antun Petak, Vlado Puljiz, Dunja Rihtman-Auguštin, Milan Župančić şi alţii. Mai pot fi amintite şi numele unor colaboratori străini, cum ar fi: Corrado Barberis (Italia), Mihail Cernea (România), Jean Cuisinier, Henri Mendras, Émile Sicard (Franţa), Vera Erlich (Statele Unite, originară din Jugoslavia), Joel Halpern (Statele Unite), Joao Duarte Silva (Portugalia), Ljudmila V. Tjakunenko (Uniunea Sovietică) şi alţii.

Irina Stănculescu

MANUELA GHEORGHE, *Religie şi schimbare socială în România,* Iaşi, Editura Fundaţiei Axis, 2004

Religia, metafizica şi, corelată lor, Biserica, instituţie divino-umană, sunt analizate de către autoare în relaţia lor cu schimbarea socială. Lucrare densă, cuprinzătoare în conţinut, volumul *Religie şi schimbare socială în România* al cercetătoarei Manuela Gheorghe aduce nou, în peisajul teoretic al literaturii de specialitate, o evaluare contemporană a raportului dintre religie şi schimbarea socială. Cartea prezintă o veritabilă diagnoză, un scrutin necesar al interacţiunii dintre cele două domenii, al modului în care schimbarea socială determină reconfigurarea religiei şi, invers, al modului în care religia poate conduce la schimbări sociale.

Structurată în şase capitole, lucrarea cuprinde, la nivelul teoretic, metodologic şi aplicativ-practic, amplul tablou al dinamicii relaţiei religie -schimbare socială.

În partea teoretică din primul capitol sunt înfăţişate teoriile clasice referitoare la conceptul de schimbare socială şi factorii acesteia. În analiza determinismului dinspre schimbarea socială, concretizat, în enumerarea autoarei, în factorii demografici, tehnologici, ideologici, economici (ordine asupra căreia se poate discuta), este de remarcat exemplaritatea celor trei cazuri, analizate de Manuela Gheorghe, în care, în anumite condiţii, religia stă la originea unor adânci transformări sociale. Aşa a fost cazul protesantismului şi al eticii sale, în dezvoltarea capitalismului, al teologiei eliberării, în ţările latino-americane şi al religiei şi bisericii catolice, în Polonia, înainte de 1989, angajate, cum afirmă autoarea, „într-o luptă deschisă şi fermă împotriva regimului opresiv" (p. 31).

Aceste exemple, cu deosebire ultimul, îi servesc autoarei în a combate teza marxismului – unul dintre modelele paradigmatice ale raportului religie – schimbare socială, cu privire la religie ca fostă conservatoare şi justificatoare a statu-quo-ului puterii. Teză căreia, în alte contexte, îi recunoaşte valabilitatea (p. 2,48). În critica teologiei creştine, de fapt, primul care s-a remarcat şi l-a influenţat pe Marx a fost Ludwig Feuerbach, în lucrarea sa *Esenţa creştinismului* (1841), autor care putea fi analizat, critic, mai mult.

Adeziunea ideatică a autoarei este, evident, în favoarea sociologului religiei Max Weber, reprezentantul celuilalt model teoretic paradigmatic al sus-menţionatei relaţii – teza acestuia privind rolul religiei de a acţiona şi de a determina un nou curs al schimbării sociale fiind fundamentală în discursul autoarei. Rolul eticii, dimensiune esenţială a oricărei religii, este pus în evidenţă de către Weber prin modul în care etica protestantă a influenţat comportamentul economic al oamenilor, dinamica socială şi politică a societăţilor.

Deşi n-au lipsit criteriile favorabile acestui punct de vedere, totuşi, nu poate fi contestată relaţia dintre normele şi principiile eticii protestante şi perioada acumulării primitive a capitalului, din zorii capitalismului.

Definiţia weberiană a modernizării, ca proces de diferenţiere structural–funcţională a societăţii, cu dimensiunile: raţionalizarea, autonomizarea individuală, diferenţierea şi autonomizarea instituţională, schimbarea surselor de legitimizare (p. 41) este o definiţie–caracterizare prin care autoarea explică schimbările care au marcat evoluţia lumii şi a societăţii româneşti în ultimele secole.

Capitolul al doilea, urmărind conjuncţia dintre ortodoxie şi modernitate, analizează, argumentat, relaţia ortodoxiei cu statul, elementul esenţial al politicului, mai întâi, sub formele ei incipiente, începând cu împăratul Constantin cel Mare şi continuând cu concepţia marxistă a împăratului Justinian, care unea divinul cu umanul şi confirma subordonarea dreptului bisericii dreptului statului. Într-o perioadă a proliferării cosmopolitismului, a marginalizării şi ignorării valorilor naţionale, este meritul Manuelei Gheorghe de a releva, atunci când menţionează europenizarea şi modernizarea Principatelor Române, rolul mitropolitului ardelean Andrei Şaguna, în „ceea ce s-ar putea numi reformarea Bisericii Ortodoxe «din interior», cu consecinţe la toate nivelurile: politic, economic, cultural, pedagogic etc" (p. 51). Supranumit, de autoare, „veritabil agent al schimbării sociale", Andrei Şaguna a activat pe baza unui program de luminare a naţiunii prin şcoli, soboare bisericeşti iniţiate, prin activitatea culturală ASTRA; s-a implicat în lupta pentru drepturi naţionale şi politice ale românilor aflaţi sub dominaţii străine, în reforma şcolară şi culturală, a adus o nouă viziune asupra rolului social al elevului.

Relevarea trăsăturilor ortodoxiei în general şi a celei româneşti, în special, ajunge la controversata problemă a compatibilităţii/incompatibilităţii ortodoxiei cu spiritul capitalismului, întrebările rămase deschise fiind incitante pentru cercetări viitoare.

Specificul etosului ortodox, dat de trăsăturile sale esenţiale de a fi un etos comunitar, care aduce credinciosului mântuirea prin iubire şi comunitate cu ceilalţi, un etos al interiorităţii şi al ascezei, se concretizează, de asemenea, prin a fi puţin rigorist, lăsând credinciosului o mare capacitate de alegere şi nu intervine prea mult în viaţa lui privată.

În controversa purtată în perioada interbelică asupra modernităţii, moderniştii Eugen Lovinescu, Constantin Dobrogeanu-Gherea, Ştefan Zeletin, tradiţionaliştii Constantin Rădulescu-Motru, Mihai Manoilescu, Nae Ionescu, Nichifor Crainic, Emil Cioran, Lucian Blaga sunt trecuţi în revistă cu atribuţiile particularizante la temă, contribuţii prin care s-a urmărit aproximarea climatului cultural al respectivei epoci.

Capitolul al treilea, *Evaluări cu privire la politica religioasă a statului modern,* prezintă evoluţia legislaţiei statului modern român pe direcţia lărgirii libertăţii religioase, a recunoaşterii unui număr sporit de culte, egale în drepturi, evoluţia raporturilor dintre biserică şi stat, progresul spiritului tolerant, nelipsind nici menţionarea pericolelor temporare de persecuţie sau interzicere a unor credinţe.

Tema vieţii religioase din România comunistă din perspectiva unor repere sociologice generale, urmărită succint, în capitolul 4, este încadrată, iniţial, în contextul dictaturii comuniste central- şi sud-est europene, caracterizată prin discriminare, persecuţii, legislaţii constrângătoare. între strategiile: de compromis şi supravieţuire, de rezistenţă şi de ofensivă (Patrick Miche) se disting biserica catolică ungară, cu regim mai puţin dur şi avantaje, graţie compromisurilor cu statul, şi biserica catolică poloneză, cu cazuri multiple de rezistenţă religioasă.

Cronologia represiunii religioase în ţara noastră priveşte etape diferite. Mai întâi, după 1948, separarea şcolii de biserică, încorporarea bisericii greco-catolice, cu patrimoniul aferent, Bisericii Ortodoxe Române, desfiinţarea vieţii monahale. După 1970, remarcă autoarea, deşi mijloacele de represiune au fost mai abile, biserica fiind total supusă statului, n-a lipsit complet dizidenţa religioasă,

aşa cum a fost aceasta reprezentată de părintele Gh. Calciu-Dumitreasa, de mişcarea *Rugului aprins*, de la Mănăstirea Antim, de episcopii Bisericii Unite, care au refuzat să-şi părăsească credinţa.

Cercetătoarea-sociolog Manuela Gheorghe probează o bună stăpânire teoretică a situaţiei fenomenului religios în socialism, o nuanţată apreciere a cercetărilor sociologice în domeniu.

Rolul bisericii în societatea noastră postdecembristă, subiect al capitolului 5 al lucrării, prevede, mai nou, o atitudine mai pragmatică, o implicare socială sporită şi mai eficientă şi, ceea ce ni se pare important, stabilirea unor formule noi de armonizare a doctrinei teologice cu realitatea socială concretă. Toate acestea, pe fondul pe care autoarea şi-a construit demersul teoretic, anume: ipoteza rolului fundamental al bisericilor tradiţionale din România, cel de a asigura mântuirea.

Globalizarea, expansiunea mişcărilor religioase, a noilor forme de religiozitate, „privatizarea religiei" sunt fenomene cărora autoarea le urmăreşte în ultimul capitol, consecinţele negative, ameninţătoare, la adresa religiilor tradiţionale, constând în pluralizarea modului de raportare la transcendenţă, în crearea de către fiecare a propriului „sacru", în îndepărtarea credincioşilor de biserică. La întrebarea dacă biserica ortodoxă va rezista acestor provocări, se pare că, în tabăra ortodocşilor, pesimismul întrece optimismul.

În perioada actuală, când, în România, proliferează fenomenul sectelor – după date oficiale, peste 1000 – apariţia cărţii *Religie şi schimbare socială în România* a Manuelei Gheorghe, lucrare care captează şi trezeşte interesul lectorului, pe lângă că reprezintă o reuşită abordare sociologică a temei, devine un instrument ştiinţific util în dificila confruntare cu formele religioase extraecleziale.

Elena Cobianu

PAUL EKMAN, *Emotions Revealed. Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life* (Descoperirea emoţiilor.Cunoaşterea expresiilor faciale şi a sentimentelor pentru îmbunătăţirea comunicării şi a vieţii emoţionale), New York, Henry Holt & Company, 2003

Paul Ekman este profesor de psihologie la Catedra de Psihiatrie a Universităţii California Medical School din San Francisco şi studiază emoţiile, emotivitatea şi psihologia emoţiei de peste 40 de ani. Înainte de a preda la Universitatea din California a fost psiholog şef în cadrul armatei SUA între 1958 şi 1960, după această perioadă revenind în universitate, cariera fiindu-i încununată în 1991 cu Meritul Ştiinţific (Distinguished Scientific Contribution Award) al Asociaţiei Americane de Psihologie pentru studiile sale asupra comportamentului non-verbal.

Ultima sa lucrare, intitulată *Deconspirarea emoţiilor. Cunoaşterea expresiilor faciale şi a sentimentelor pentru îmbunătăţirea comunicării şi vieţii emoţionale,* apărută în martie 2003, este cea mai recentă contribuţie în domeniul cercetării emotivităţii umane şi una dintre cele mai valoroase. Criticii lucrării recunosc în Ekman pe cel mai experimentat specialist în domeniu, după mentorul său, profesor de psihologie la Universitatea din Princeton, Silvan Tomkins – considerat cel mai mare specialist în psihologia facială, prin cartea sa celebră, *Afect, imagerie şi conştiinţa* [*Affect, Imagery, Consciousness*, Tomkins, 1962, 1963], lucrare extrem de densă, apărută în patru volume, în care este expusă teoria conform căreia observarea, înregistrarea celor mai fine mişcări, tresăriri ale muşchilor feţei sunt direcţii de studiu necesare, importante în analiza emoţiilor [P.Ekman, W.V. Friesen, J.C. Hager, 2002 , p. 2].

După ce a identificat, documentat şi catalogat aproximativ 3 000 de expresii faciale care au semnificaţie emoţională în comportamentul uman, Ekman ajunge la concluzia că „emoţiile pot domina

ceea ce majoritatea psihologilor au considerat, în mod superficial, a fi cele mai puternice nevoi ale vieţii noastre: foamea, sexualitatea şi instinctul de supravieţuire. Oamenii nu vor mânca ceea ce este considerat dezgustător [...] Emoţionalitatea triumfă asupra nevoii de hrănire ! De asemenea, instinctul sexual este în mod cert influenţat de interferenţa cu emotivitatea. Se poate întâmpla ca un individ să nu accepte contactul sexual dacă îl asociază cu teamă/frică sau dezgustul [...] Emoţionalitatea triumfă, iată, asupra instinctului sexual ! Iar disperarea [o altă emoţie puternică] poate să domine chiar şi instinctul de conservare [*the will to live*], stând la baza suicidului. Emoţionalitatea triumfă asupra instinctului de conservare!" [Ekman, 2003, *Introducere*, p. 4].

Emoţionalitatea – emotivitatea, ca formă a comportamentului nonverbal, se traduce prin **expresivitatea facială şi expresivitatea vocală**, arată Ekman în cartea sa. Puţin studiate în literatura psihosociologiei comportamentului nonverbal, Ekman le analizează interdependent pe mai multe coordonate în capitolele cărţii sale, începând cu aspectul general al aparentei dominaţii a vieţii noastre cotidiene de către emotivitate – viaţa emoţională dominând intelectul raţionalizator (capitolul I), trecând prin explicarea mecanismelor care declanşează diferite tipuri de emoţii (capitolul III), ajungând la analiza organizării „răspunsurilor emoţionale, în forma expresivităţii, acţiunilor şi gândirii", faţă de provocările interacţiunii sociale (capitolul IV).

Ekman ne arată, tulburător, că emotivitatea scapă adesea controlului conştiinţei. El arată că „emoţiile pot, şi adesea chiar aşa se întâmplă, să ţâşnească foarte rapid, atât de rapid încât sinele nostru conştient să nu participe ... la ceea ce în mintea noastră emoţia declanşează la un moment dat. Această viteză [a expresivităţii noastre] ne poate salva viaţa într-o situaţie critică, dar ne poate ruina [viaţa socială] în cazul în care dăm dovada de o suprareacţie. Nu avem prea mult control asupra actului nostru emoţional, dar există şansa să controlăm într-o măsură oarecare, deşi nu foarte uşor, ceea ce declanşează reacţia emoţională şi comportamentul nostru atunci când reacţionăm sub imperiul emoţiei" [Ekman, 2003, *Introducere*, p. 1].

Primul capitol trece în revistă o serie de situaţii din realitatea cotidiană în care putem avea reacţii diferite sub imperiul unor emoţii diferite. Acest capitol este o introducere, totodată, la „factorii declanşatori" ai reacţiilor emoţionale, ceea ce face ca o aceeaşi situaţie să declanşeze teamă sau furie, sentimentul de vină, jenă sau, prin contrast, de sfidare.

În **al doilea capitol**, Ekman încearcă să întrevadă o explicaţie a faptului că ataşăm de fiecare dată un sentiment, o stare emoţională, gesturilor şi acţiunilor noastre. Autorul se întreabă şi propune răspunsuri la preocupări de tipul: „Ce declanşează o stare sau alta?" şi mai departe: „De ce nu putem primi o informaţie fără să devenim emoţionali ?"

Capitolul al treilea se referă la problematica ataşării stării emoţionale acţiunilor noastre: cum şi de ce devenim emotivi faţă de acestea. Primul pas în determinarea unor răspunsuri este, după cum arată Ekman, stabilirea factorilor emoţionali declanşatori, care ne pun adeseori în situaţii neplăcute. **Capitolul al patrulea** propune o explicare a organizării răspunsurilor emoţionale (expresii, acţiuni, gânduri).

O analiză aprofundată a celor şapte emoţii ce au o expresivitate facială universală*, identificate de Ekman în cele patru decenii de studii realizate în diferite culturi, este oferită în **capitolele cinci – nouă** ale cărţii, astfel: tristeţe şi anxietate (capitolul 5), furie (capitolul 6), surpriză şi frică (capitolul 7), dezgust şi dispreţ (capitolul 8), mai multe tipuri de bucurie / fericire / distracţie (capitolul 9). În opinia lui Ekman, fiecare emoţie are o expresie facială specifică, aspect susţinut în carte de fotografii care surprind expresii faciale extrem de fine, chiar uşor de trecut cu vederea pentru un ochi nedeprins cu un asemenea tip de observaţie. Imaginile propuse de Ekman sunt o vizualizare şi o dovadă excelentă pentru expresivitatea facială a emoţiilor, în spiritul atât de cunoscut al fotografiilor şi filmelor ce stau la baza cercetărilor întreprinse de Paul Ekman (în scopul dezvoltării Sistemului Expresiilor Faciale – **Facial Action Coding System**, 1978, 2002).

Considerat „unul dintre puţinii gânditori care au reuşit să conecteze ceea ce s-a descoperit în ştiinţă cu ceea ce noi ceilalţi ne întrebăm în viaţa de zi cu zi" (**Malcolm Gladwell**), Paul Ekman

* *Enjoyment, fear, surprise, sadness, contempt, anger, disgust* (conform METT – The Micro Expression Training Tool - *http://www.emotionsrevealed.com/index.php)*

propune cu această carte o iniţiere a tuturor în înţelegerea emoţiilor, în scopul îmbunătăţirii propriei vieţi emoţionale în raport cu comportamentul nonverbal. Pe de altă parte, profunzimea analizei, ideile propuse şi conexiunile între expresiile faciale şi emoţii înscriu volumul propus de Paul Ekman alături de faimoasa lucrare a lui Charles Darwin, *Exprimarea emoţiilor la om şi animale* apărută în 1872.

BIBLIOGRAFIE

1. MALCOLM GLADWELL, *The Naked Face (Can You Read People's Thoughts just By Looking at Them?)* în „The New Yorker", 5 August 2002, p. 38–49.
2. PAUL EKMAN, WALLACE V. FRIESEN, JOSEPH C. HAGER, *Facial Action Coding System – Investigator's Guide [HTML Demonstration Version]*, Salt Lake City, A Human Face, 2002.
3. PAUL EKMAN, *Emotions Revealed (Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life)*, New York, Henry Holt & Company, 2003.

Bogdana Baltasiu

REVISTA ROMÂNĂ DE SOCIOLOGIE

Anul XV, nr. 5–6 • 2004

INDEX ALFABETIC – 2004

	Nr.	p.
ASLAM, CONSTANTIN, Mircea Vulcănescu – actualitatea unui model ontologic de gândire identitară românească	1–4	221–228
BECIU, CAMELIA, Spațiul public european: emergența unei problematici	5–6	303–312
CERNICA, VIOREL, Mircea Vulcănescu – schița unei meontologii afective	1–4	229–236
CHRISTIAS, PANAGIOTIS (Franța), Știință și sens comun	5–6	417–424
Corespondență inedită Mircea Vulcănescu. Scrisori primite și trimise către: Dimitrie Gusti,Tudor Vianu, V. Leonte, Dumitru Cristian Amzăr, Gh. Vlădescu-Răcoasa, Raoul Vișan, Mihai C. Maxim,Henri H. Stahl, D.C. Prejbeanu, O. Onicescu, D. Papadopol, Octavian Neamțu, Bazil Munteanu, Al. Rosetti, Sabba Ștefănescu, C. Rădulescu-Motru, Alexandru Marcu, N. Rusu-Ardeleanu, Al. Grigoriu	1–4	181–204
DIACONU, MARIN, Mircea Vulcănescu – deschidere către etică	1–4	271–274
DIACONU, MARIN, Repere bibliografice și spirituale (1904–2004)	1–4	5–24
DRAGOMIR, ALEXANDRINA, Recurs la un chip spiritual al vremii	1–4	275–282
DUR ION, Arheologia unui posibil „om românesc"	1–4	211–220
FILIPESCU, IANCU, Considerații geografico–istorice privind județele Țării Românești.	5–6	425–447
GHEORGHE, MANUELA, „Ethosul românesc" și „critica modernității" în interpretarea fenomenologică a lui Mircea Vulcănescu	1–4	263–270
IGNAT, NESTOR, Magistrul	1–4	207–210
MARINESCU, MONICA, Max Scheler în interpretarea lui Mircea Vulcănescu	1–4	237–246
MARINESCU, MONICA, Migrație socio-profesională occidentală și construcție europeană	5–6	455–466
MARINESCU, VALENTINA, Reprezentări ale integrării europene în câmpul journalistic	5–6	383–398
MURDOCK, GRAHAM (Marea Britanie), Excludere de la comunicare? Față în față cu diviziunea digitală	5-6	313–324
NEGREA, ELENA ȘTEFANIA, Un nou model în pragmatica transculturală	5–6	449–454
PANĂ, LAURA, Activitatea intelectuală în viziunea lui Mircea Vulcănescu	1–4	283–290
PERPELEA, NICOLAE, Discursul televizual. *Talk-show*-ul ca dispozitiv de deliberare	5–6	361–382
SCHIFIRNEȚ, CONSTANTIN, Mircea Vulcănescu și sistemul sociologic al lui Dimitrie Gusti	1–4	247–258
STROE, CONSTANTIN, Mircea Vulcănescu – etician ?	1–4	259–262
ȘTEFĂNESCU, SIMONA, Referendumul privind modificarea Constituției României: analiza discursului presei scrise	5–6	399–416
ȘTEFĂNESCU, SIMONA, VELICU, ANCA, Discurs cotidian versus discurs ceremonial. Mediatizarea vizitei lui George W. Bush în România	5–6	324–360
THOMAS, MASARYK, Despre Mircea Vulcănescu	1–4	205–206

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 483–484, București, 2004

VELICU, ANCA, ŞTEFĂNESCU, SIMONA, Discurs cotidian versus discurs ceremonial. Mediatizarea vizitei lui George W. Bush în România 5–6 324–360
VULCĂNESCU, MIRCEA, Asociaţia ştiinţifică pentru *Enciclopedia României*. Actul constitutiv şi statute 1–4 107–116
VULCĂNESCU, MIRCEA, Colbert 1–4 71–92
VULCĂNESCU, MIRCEA, Curs de statistică morală. Introducere în studiul statisticii morale 1–4 55–70
VULCĂNESCU, MIRCEA, Comitetul de redacţie al *Enciclopediei României*. Proces-verbal. Şedinţa din 1 aprilie 1937 ..... 1–4 95–100
VULCĂNESCU, MIRCEA, Comitetul de redacţie ale *Enciclopediei României*. Proces-verbal. Şedinţa din 3 iunie 1937 ..... 1–4 101–106
VULCĂNESCU, MIRCEA, Asociaţia ştiinţifică pentru *Enciclopedia României*. Actul constitutiv şi statute 1–4 107–116
VULCĂNESCU, MIRCEA, *Enciclopedia României*. Sumare ale volumelor V şi VI (Proiecte) 1–4 117–148
VULCĂNESCU, MIRCEA, Gospodăria ţărănească şi economia capitalistă 1–4 25–54
VULCĂNESCU, MIRCEA, „Poşta de-a dreptu" nr. 1 ..... 1–4 153–162
VULCĂNESCU, MIRCEA, „Poşta de-a dreptu" nr. 2 ..... 1–4 163–180
VULCĂNESCU, MIRCEA, Program monografic. Programul optim de lucru în campaniile monografice 1–4 93–94
VULCĂNESCU, MIRCEA, [Răspuns la o interpelare în Parlament] 1–4 291–295

RECENZII ŞI NOTE DE LECTURĂ

VIAŢA ŞTIINŢIFICĂ

REVISTA ROMÂNĂ DE SOCIOLOGIE

Year XV, Nos. 5–6 • 2004

CONTENTS

MEDIATIC COMMUNICATION AND EUROPEAN PUBLIC SPACE

CAMELIA BECIU, The European Public Space: the Issue of A New Theme 303
GRAHAM MURDOCK (Great Britain), Exclusion from Communication? Facing the Digital Divide. 313
SIMONA ŞTEFĂNESCU, ANCA VELICU, Practices of Mediatization of Romania's Integration into Euro-Atlantic Structures 325
NICOLAE PERPELEA, The Televisual Discourse. The Talk Show as A Means for the Moral and Political Deliberation 361
VALENTINA MARINESCU, Representations of European Integration into the Journalistic Field .. 383
SIMONA ŞTEFĂNESCU, The Referendum concerning the Changing of Romania's Constitution: the Analysis of the Newspapers Discourse 399
PANAGIOTIS CHRISTIAS (France), Science and Common Meaning 417

SOCIAL HISTORY

IANCU FILIPESCU, Geographical and Historical Considerations regarding the Counties of Ţara Românească 425

COMMENTS

ELENA ŞTEFANIA NEGREA, A New Model within the Transcultural Pragmatics 449
MONICA MARINESCU, Western Socio-Professional Migration and European Construction. 455

SCIENTIFIC LIFE

The Colloqium of the "Education and Identity" Laboratory. The Romanian Academy, the 21st of April 2004 (Maria Cobianu–Băcanu); The Seventh International Seminar "Democracy and Human Rights within Multiethnic Societies", Konjic, Bosnia-Hertzegovina, the 12th–16th of July 2004 (Simona Ştefănescu); The International Technical Seminar "Anti-Corruption", Sinaia, the 27th–28th of September 2004 (Dorinica Ioan, Dan Mânzală) 467

REVIEWS AND READING NOTES

"Sociologija sela" nos. 3–4 (157–158), July–December 2002 (Irina Stănculescu); Manuela Gheorghe, Religion and Social Change in Romania (*Religie şi schimbare socială în România*), Iaşi, Editura Fundaţiei Axis 2004 (Elena Cobianu); Paul Ekman, *Emotions Revealed. Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life*, New York, Henry Holt & Company, 2003 (Bogdana Baltasiu) 477
ALPHABETICAL INDEX 2004 483

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 301–488, Bucureşti, 2004

REVISTA ROMÂNĂ DE SOCIOLOGIE

Année XV, N^os 5–6 • 2004

SOMMAIRE

COMMUNICATION MÉDIATIQUE ET ESPACE PUBLIC EUROPÉEN

CAMELIA BECIU, L'espace public européen: l'émergence d'une problématique 303
GRAHAM MURDOCK, Une exclusion de la communication ? Les enjeux de la division digitale 313
SIMONA ŞTEFĂNESCU, ANCA VELICU, Discours quotidien *versus* discours cérémoniel. La visite de George W. Bush en Roumanie 325
NICOLAE PERPELEA, Le discours télévisuel. Le talk-show comme dispositif de délibération moral-politique 361
VALENTINA MARINESCU, Représentations de l'intégration européenne dans le champ journalistique 383
SIMONA ŞTEFĂNESCU, Le référendum sur la Constitution: une analyse du discours de la presse écrite 399
PANAGIOTIS CHRISTIAS (France), Science et sens commun 417

HISTOIRE SOCIALE

IANCU FILIPESCU, Considérations géographiques et historiques sur les régions de la Valachie..... 425

COMMENTAIRES

ELENA ŞTEFANIA NEGREA, Un nouveau modèle dans la pragmatique transculturelle 449
MONICA MARINESCU, Migration socio-professionnelle occidentale et construction européenne. 455

LA VIE SCIENTIFIQUE

Le colloque du Laboratoire „Éducation et identité", Académie Roumaine, le 21 avril 2004 (Maria Cobianu-Băcanu); Le séminaire international „Stratégies anticorruption", Sinaia, 27–28 septembre 2004 (Dorinica Ioan, Dan Mânzală)); Le séminaire international „La démocratie et les droits de l'homme dans les sociétés multiethniques", septième édition, Konjic, Bosnie-Herzégovine, 12–16 juillet 2004 (Simona Ştefănescu) 467

COMPTES-RENDUS ET NOTES DE LECTURE

„Sociologija sela" no. 3–4 (157–158), juillet–décembre 2002 (Irina Stănculescu); Manuela Gheorghe, Religion et changement sociale en Roumanie, Iaşi, Editura Axis, 2004 (Elena Cobianu); Paul Ekman, Emotions Revealed. Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life (Déconspirations des émotions. La connaissaince des expressions faciales et des sentiments pour l'amélioration de la communication et de la vie propre aux émotions), New York, Henry Holt & Company, 2003 (Bogdana Baltasiu) 477
INDEX ALPHABÉTHIQUE 2004 483

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. 5–6, p. 301–488, Bucureşti, 2004

REVISTA ROMÂNĂ DE SOCIOLOGIE

(ROMANIAN JOURNAL OF SOCIOLOGY)

Editor: Romanian Academy – Institute of Sociology (Bucharest)

- A new journal for a new sociology.
- A journal which looks back to the totalitarian past and explores the democratic future of the Romanian society.
- Open to all theoretical, methodological and ideological approaches.

În atenția colaboratorilor noștri:

Vă rugăm să aveți în vedere ca articolele și studiile trimise redacției noastre să fie de aprox. 10 pag. (cca 3000 semne/pag.). Primim textele procesate pe suport magnetic prin e-mail: revista@insoc.ro sau prin fax: 4021–411 85 32.

De asemenea, vă rugăm să însoțiți articolul dv. cu un rezumat (aprox. ½ pag.) în limba engleză sau în limba română și cu o scurtă prezentare a autorului (titluri științifice, instituția, domenii de interes).

Menționăm că responsabilitatea cu privire la originalitatea și conținutul textelor trimise revine autorului.

Comenzile din țară și din străinătate se primesc la:

RODIPET S.A., Piața Presei Libere, nr. 1, sector 1, **București**, **România**: P.O. BOX 33–57, tel.: 4021–618 51 03, fax: 4021–222 64 07, e-mail: rodipet@rodipet.ro

ORION PRESS IMPEX 2000 SRL, Șos. Viilor, nr. 101, bl. 1, sc. 4, ap. 98, parter, sector 5, București, România, P.O. BOX 77–19, tel.: 4021–301 87 86, fax: 4021–335 02 96, e-mail: office@orionpress.ro

EDITURA ACADEMIEI ROMÂNE, Calea 13 Septembrie nr. 13, sector 5, 050711, București, România, tel.: 4021–318 81 46, 4012–318 81 06, tel./fax: 4021–410 39 83, e-mail: edacad@ear.ro, adresa web: www.ear.ro

EDITURA ACADEMIEI ROMÂNE

ISSN 1224–9262

„Revista Română de Sociologie", serie nouă, anul XV, nr. **5–6**, p. 301–488, 2004